



Tien jaar onderzoek Mediawijsheid (2015 – 2025)

Samenstelling en redactie:

Peter Wiegman (Het Media Loket) – Secretaris
Wetenschappelijke Raad Netwerk Mediawijsheid

Eindredactie:

Geert van der Veen – Netwerk Mediawijsheid
Mary Berkhout-Nio – Netwerk Mediawijsheid

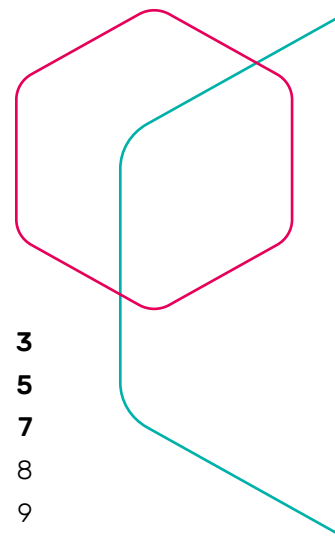


Netwerk
Mediawijsheid

april 2026

Inhoud

1. Inleiding	3
2. Samenvatting	5
3. Plezier, grip en profijt	7
3.1 Inleiding	8
3.2 Plezier	9
3.3 Grip	11
3.4 Profijt	13
3.5 Samenvatting	16
3.6 Reflectie - Plezier, Grip en Profijt: een balans tussen Plezier, Controle en Nut	17
4. Digitale balans	22
4.1 Inleiding	23
4.2 Doelgroepen en kwetsbaarheden	24
4.3 De gevolgen van een digitale disbalans	27
4.4 Oplossingen	28
4.5 Samenvatting	30
4.6 Reflectie - Digitale balans in onderzoek: waar staan we?	31
5. Samen sociaal online	33
5.1 Inleiding	34
5.2 Vormen en impact van online grensoverschrijdend gedrag	35
5.3 Gevolgen grensoverschrijdend gedrag	37
5.4 Oplossingen	40
5.5 Samenvatting	41
5.6 Reflectie - Het belang van de opgave Samen Sociaal Online	42
6. Weerbaarheid tegen desinformatie	47
6.1 Inleiding	48
6.2 Vormen, technologie en risico's	49
6.3 Gevolgen voor de samenleving	52
6.4 Kwestbare doelgroepen	53
6.5 Oplossingen	55
6.6 Samenvatting	57
6.7 Reflectie - Weerbaarheid tegen desinformatie	58
7. Bronnen	63
7.1 Referenties bij hoofdstuk 3.6	64
7.2 referenties bij hoofdstuk 4.6	66
7.3 referenties bij hoofdstuk 6.7	67



1. Inleiding

Netwerk Mediawijsheid heeft zich de afgelopen jaren ontwikkeld tot een centrale speler op gebied van mediawijsheid, mediaopvoeding en -educatie. Er zijn de afgelopen jaren honderdduizenden kinderen en volwassenen bereikt via initiatieven zoals de Week van de Mediawijsheid, de Media Ukkie Dagen, MediaMasters, HoeZoMediawijs.nl, het platform Leukeronline.nl, de website isdatechtzo.nl en het initiatief DichterBijNieuws.

Het netwerk werkt samen met een divers en groeiend aantal partners. Dit zijn onder meer bibliotheken, culturele instellingen, mediacoaches, lesmateriaalontwikkelaars, educatieve uitgeverijen en tal van andere instanties en partijen in het veld. In totaal gaat het om meer dan **1.200 instanties**.

Een belangrijk orgaan binnen Netwerk Mediawijsheid is de Wetenschappelijke Raad bestaande uit meer dan 20 wetenschappers verbonden aan universiteiten en andere kennisinstellingen. Deze Wetenschappelijke Raad houdt al jaren een database bij waarin onderzoeken zijn opgenomen over mediawijsheid en alle aanpalende onderwerpen. In totaal gaat het om ruim **150 publicaties**.

In dit rapport wordt een samenvatting gegeven van die onderzoeken van de afgelopen tien jaar. Hierbij is een ordening toegepast, gebaseerd op de vier maatschappelijke opgaven die het Netwerk Mediawijsheid zich ten doel heeft gesteld. Die opgaven zijn:

1. **Plezier, Grip en Profijt:** ervoor zorgen dat mensen op individueel niveau plezier en profijt hebben en grip op hun leven kunnen houden, in een leven dat zich grotendeels in media afspeelt.
2. **Digitale Balans:** een evenwichtig gebruik van digitale media is nodig voor een betere fysieke, sociale en mentale gezondheid van mensen.
3. **Samen Sociaal Online:** het verbeteren van het online klimaat maakt dat mensen vrijer, plezieriger, veiliger en beschermdere gebruik kunnen maken van media.
4. **Weerbaarheid Desinformatie:** het beperken van de negatieve invloed van desinformatie op de samenleving en op de vrije meningsvorming beschermt onze democratie.

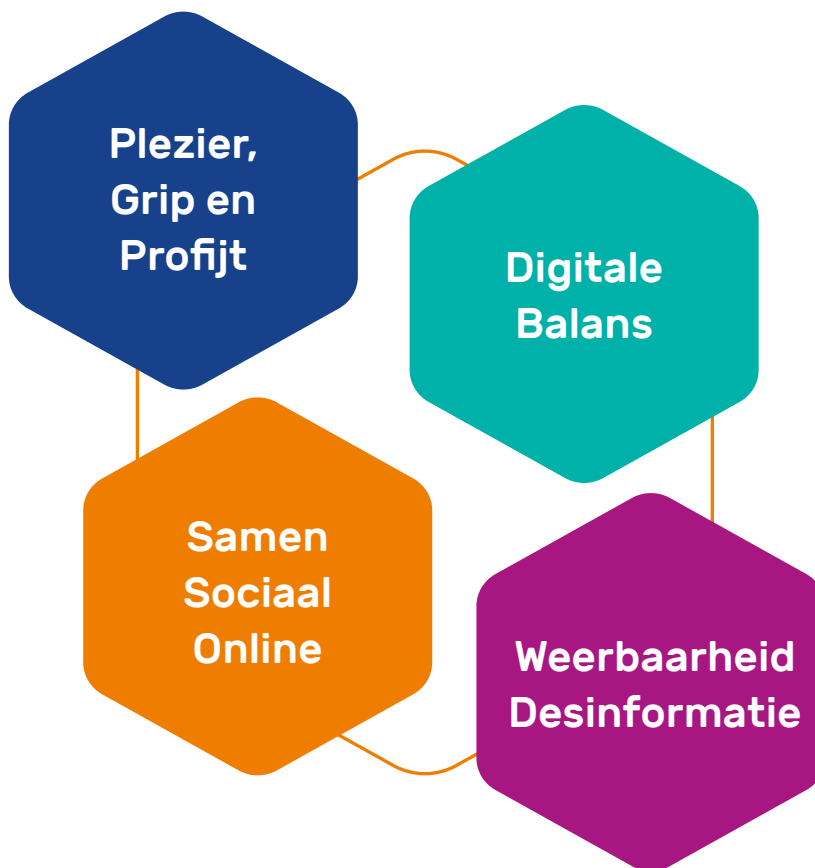


De Wetenschappelijke Raad houdt al jaren een database bij waarin onderzoeken over mediawijsheid en aanpalende onderwerpen zijn opgenomen.

Bij de eerste opgave ligt de focus op het individu, bij de overige drie ligt die focus ook op de dynamiek van de online omgeving. In de navolgende hoofdstukken worden de vier opgaven verder uitgewerkt aan de hand van de onderzoeken en de uitdagingen per opgave. Ook worden oplossingen beschreven die vanuit het onderzoek wordenaangedragen om de opgave te lijf te gaan.

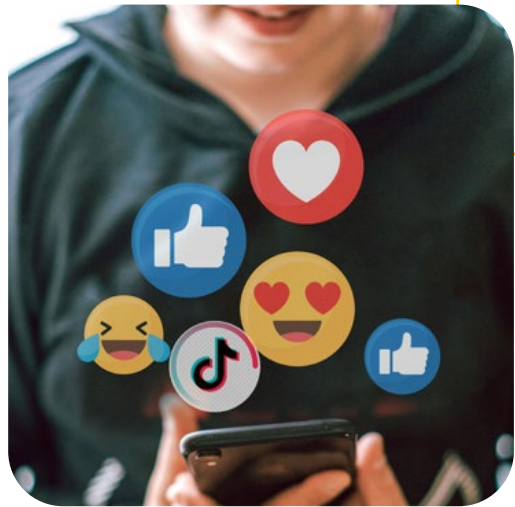
Op de website van Netwerk Mediawijsheid kunnen geïnteresseerden zoeken in de database van de Wetenschappelijke Raad. Ook kunnen bezoekers zelf onderzoeken toevoegen aan de database.

Kijk hiervoor op netwerkmediawijsheid.nl/grid



2. Samenvatting

De onderzoeken naar mediawijsheid geven een scherp en samenhangend beeld van een samenleving die snel en intensief digitaliseert, maar ook steeds zichtbaarder worstelt met de keerzijden daarvan. De vier maatschappelijke opgaven van Netwerk Mediawijsheid vormen daarbij een logisch kader. Die opgaven zijn **Plezier, Grip en Profijt, Digitale Balans, Samen Sociaal Online** en **Weerbaarheid tegen Desinformatie**. Elk domein laat zien hoe digitale kansen en risico's voortdurend met elkaar in verbinding staan.




Bij **Plezier, Grip en Profijt** wordt duidelijk hoe sterk digitale media zijn verweven met het dagelijks leven van zowel jongeren als volwassenen. Ze bieden plezier, sociale verbinding en een schat aan kennis, maar brengen ook risico's met zich mee, zoals cyberpesten, *sextortion*, privacyverlies en een toenemende afhankelijkheid van platformen die gebouwd zijn op de aandachtseconomie. De worsteling tussen burger en big tech wordt hierbij steeds complexer. De gebruikers zijn op zoek naar controle, maar worden geconfronteerd met systemen die juist voor het verlies van grip zijn ontworpen.

De opgave **Digitale Balans** laat zien dat het mediagebruik van kinderen en jongeren snel verandert rond de 'digitale puberteit'. De smartphone krijgt een dominante positie in hun leven, met gevolgen voor slaap, stress, concentratie en welzijn. Ouders worden geconfronteerd met een lastig opvoedingsvraagstuk, waarin regels alleen onvoldoende blijken. Actieve begeleiding zoals meedoen, meebeleven en in gesprek blijven, blijkt het meest effectief.

In **Samen Sociaal Online** staat online grensoverschrijdend gedrag centraal en worden omstanders uitgenodigd 'upstander' te worden. Het grensoverschrijdende gedrag kent vele vormen variërend van *cancelen* tot *shamen* en van haatzaaien tot online pesten. Die variëteit maakt het bestrijden van dat gedrag juist zo lastig. De aanpak richt zich allereerst tot de gebruikers, maar er wordt ook een beroep gedaan op de verantwoordelijkheid van de socialemediaplatforms. Van overheidswege is er discussie over een verbod op sociale media met een leeftijdsgrens, zoals dat in Australië inmiddels van kracht is. In Nederland is vooralsnog sprake van richtlijnen.

Het laatste hoofdstuk over **weerbaarheid tegen desinformatie** toont andermaal hoe complex het hedendaagse informatielandschap is geworden. Commercieel gedreven *clickbait* overspoelt het publieke domein, terwijl politieke desinformatie doelgericht polarisatie vergroot en vertrouwen ondermijnt. Technologische ontwikkelingen zoals *deepfakes*, *microtargeting*, *bots* en synthetische tekst versterken de impact en schaalbaarheid van misleiding. Jongeren, ouderen en mensen met lagere digitale vaardigheden zijn daarbij extra kwetsbaar. Onderzoek wijst op de noodzaak van een breed gedragen aanpak waarin individuen, technologieplatformen, journalistiek en overheid samen optrekken. Vooral het vergroten van nieuwswijsheid en transparantie van platformen vormt een cruciale sleutel.

Over de gehele linie vormt mediawijsheid een steeds belangrijkere basisvoorwaarde voor maatschappelijke participatie. De digitale leefwereld biedt enorme kansen, maar legt ook structurele kwetsbaarheden bloot die niet alleen met vaardigheden, maar vooral met systeemaanpassingen en gedeelde verantwoordelijkheid moeten worden aangepakt. Alleen een integrale strategie van gezin tot onderwijs en van overheid tot industrie kan ervoor zorgen dat burgers volwaardig en veilig kunnen deelnemen aan een steeds verder digitaliserende samenleving.



Over de gehele linie vormt mediawijsheid een steeds belangrijkere basisvoorwaarde voor maatschappelijke participatie.

A photograph of two young women sitting together, looking at a smartphone held by the woman on the right. Both women are smiling and appear to be engaged in a shared activity on the phone. The woman on the left has long, dark, curly hair and is wearing a black and white checkered headband. The woman on the right has long, straight, light brown hair and is wearing orange-rimmed glasses on her head. The background is softly blurred, suggesting an indoor setting. A white, rounded rectangular frame is overlaid on the image, containing the section header text.

3. Plezier, Grip en Profijt

3.1. Inleiding

Digitale media vormen de onmiskenbare ruggengraat van de hedendaagse samenleving. Van de manier waarop we communiceren en ons informeren tot hoe we werken en ontspannen. Vrijwel elk aspect van ons leven wordt beïnvloed door een constant evoluerend digitaal ecosysteem. Deze diepgaande verwevenheid biedt ongekennde mogelijkheden, maar creëert tegelijkertijd nieuwe en complexe uitdagingen.

In dit eerste deel maken we een analyse van de relatie tussen gebruikers en digitale media aan de hand van drie kernthema's die samen de balans van ons digitale bestaan bepalen. Dat zijn plezier, grip en profijt. Deze thema's dienen als een raamwerk om niet alleen de kansen, maar ook de kwetsbaarheden te duiden die inherent zijn aan onze digitale leefwereld. Door deze drie dimensies te onderzoeken, streven we naar een genuanceerd inzicht in de vraag hoe we als individuen en als samenleving een gezonde en duurzame verhouding tot digitale technologie kunnen ontwikkelen.



3.2. Plezier

De fundamentele drijfveren voor ons mediagebruik zijn vooral heel menselijk. Denk aan de behoefte aan plezier, sociale verbinding en vermaak. Het onderhouden van contacten met vrienden en familie en de zoektocht naar amusement zijn centrale aspecten van de online ervaring, die platforms en applicaties in staat stellen een centrale rol in ons dagelijks leven in te nemen. Deze sociale en ludieke functies vormen de kern van de aantrekkingskracht van digitale media, met name voor jongeren.

Analyse van de motivaties van jongeren voor het gebruik van sociale media toont aan dat sociale interactie en ontspanning de voornaamste drijfveren zijn. De belangrijkste positieve aspecten die zij benoemen zijn¹:

- **Contact:** het onderhouden van contact door te chatten en te appen met vrienden.
- **Volgen van vrienden:** op de hoogte blijven van wat vrienden doen en meemaken.
- **Vermaak:** het consumeren van grappige of vermakelijke content, veelal video.
- **Tegengaan van verveling:** digitale media als middel om tijd te doden en afleiding te zoeken.
- **Volgen van anderen:** inzicht krijgen in het leven van anderen, zoals bekende personen en beroemdheden.

Ook de volwassenen zijn regelmatig te vinden op de sociale media. Het jaarlijkse onderzoek van Newcom rapporteert een veelvuldig gebruik van de verschillende kanalen. In 2025 telde Newcom 14,4 miljoen gebruikers van sociale media met als koplopers Whatsapp en Facebook².

Ook speelt het internet een belangrijke rol in bijvoorbeeld de seksuele ontplooiing van jongeren. Het biedt voordelen die offline vaak minder toegankelijk zijn. Zo is er een enorme hoeveelheid informatie vanuit een veelvoud aan perspectieven beschikbaar, die jongeren in hun eigen tempo kunnen opzoeken en bestuderen. Het stelt hen in staat om kennis op te doen over ervaringen en meningen van anderen en contacten op te doen die offline wellicht niet mogelijk zouden zijn³.



¹ *Cyberwijs!?* Onderzoek naar online veiligheid en mediawijsheid in coronatijd (NHL Stenden Hogeschool, 2021)

² *Nationaal Social Media Onderzoek 2025* (Newcom, 2025)

³ *Eigen schuld, dikke bult* (Expertisebureau Online Kindermisbruik, 2021)

De risico's van plezier

Dezelfde mechanismen die online plezier en verbinding mogelijk maken, creëren ook een omgeving waarin risico's op de loer liggen. De zoektocht naar contact en intimiteit kan gebruikers blootstellen aan negatieve ervaringen, variërend van sociale conflicten en pesterijen tot ernstige vormen van misbruik en exploitatie.

Cyberpesten is een significant probleem. Uit het eerdergenoemde NHL-Stenden onderzoek blijkt dat 17% van de jongeren aangeeft in de afgelopen drie maanden online te zijn gepest. Dit illustreert de sociale kwetsbaarheid die gepaard gaat met een leven dat zich grotendeels online afspeelt.

Een extreme schaduwzijde van online seksuele interactie is *sextortion*, een samentrekking van de Engelse woorden sex en extortion (afpersing). Dit fenomeen kent volgens het onderzoek van het Expertisebureau Online Kindermisbruik genderspecifieke vormen. Financiële sextortion, waarbij slachtoffers worden gedwongen geld te betalen, treft voornamelijk jongens. Seksuele sextortion, waarbij slachtoffers onder druk worden gezet om meer seksueel getinte beelden te sturen of handelingen te verrichten, komt vaker voor bij meisjes.

De schaal van financiële sextortion onder jongens is volgens hetzelfde onderzoek aanzienlijk. Meldingen bij Helpwanted.nl tonen aan dat jongens het voornaamste slachtoffer zijn van financiële afpersing met naaktbeelden. In 2017, 2018 en 2019 betrof dit respectievelijk 80%, 79% en 81% van de meldingen.

De emotionele impact op slachtoffers is diep en langdurig. Gevoelens van schuld, schaamte en spijt overheersen. Veel slachtoffers leggen de schuld bij zichzelf, met gedachten als "ik ben dom geweest" of "het is mijn eigen schuld". Deze intense angst en schaamte vormen een grote drempel om hulp te zoeken of het voorval te delen met vrienden of familie.



Dezelfde mechanismen die online plezier en verbinding mogelijk maken, creëren ook een omgeving waarin risico's op de loer liggen.

3.3. Grip

Waar het plezier uit de vorige paragraaf de aantrekkingskracht van digitale media verklaart, onderzoekt deze paragraaf de keerzijde van die positieve ervaring. Het analyseert de paradox van de moderne digitale burger waarbij een toenemende wens tot controle over data en digitale ervaringen wordt gefrustreerd door zowel een tekort aan vaardigheden als de fundamentele architectuur van het digitale systeem.

Privacy- en databewustzijn

In een steeds meer datagedreven samenleving ontstaat een spanningsveld tussen de voordelen die data-uitwisseling biedt en de groeiende zorgen van burgers over hun privacy. Het concept 'grip' begint bij het bewustzijn van deze dynamiek en de wens om zelf de controle te behouden over wat er met persoonlijke gegevens gebeurt.

De houding van Nederlanders ten aanzien van datagebruik is de afgelopen jaren positiever geworden. Desondanks heeft twee derde nog steeds het idee weinig grip te hebben op wat er met hun gegevens gebeurt. De wens naar meer controle is overweldigend, getuige de 89% van de mensen die aangeven dit te willen⁴.

Mensen stellen duidelijke voorwaarden aan het delen van hun data. De bereidheid om gegevens af te staan hangt sterk af van de manier waarop organisaties ermee omgaan. Volgens de *Privacy Monitor* van DDMA (2021) zijn de belangrijkste factoren (% belangrijk):

- **Veiligheid**, de garantie dat de gegevens veilig zijn (66%).
- **Doel**, de reden waarom de gegevens worden gevraagd (63%).
- **Soort gegevens**, om welk type informatie het gaat (63%).
- **Keuzevrijheid**, vrijwel iedereen vindt het belangrijk om zelf te kunnen kiezen welke gegevens men deelt (96%).

Deze wens tot controle kan echter alleen effectief worden uitgeoefend als gebruikers beschikken over de juiste vaardigheden en kennis, oftewel mediawijsheid.




⁴ DDMA Privacy Monitor (DDMA, 2021)

Mediawijsheid en digitale competenties

Het verkrijgen van grip in de digitale wereld is direct afhankelijk van mediawijsheid en digitale competenties. Zonder deze vaardigheden is het voor gebruikers vrijwel onmogelijk om informatie kritisch te beoordelen, hun privacy te beschermen en de mechanismen achter digitale platforms te doorgronden.

Een voorbeeld van de kloof tussen zelfperceptie en de ingeschatte vaardigheid van anderen – een fenomeen dat in de communicatiewetenschap bekendstaat als het ‘third-person effect’ – is de houding ten aanzien van nepnieuws. De meeste Nederlanders (58%) zijn ervan overtuigd dat zij zelf nepnieuws kunnen herkennen. Dit zelfvertrouwen staat echter in schril contrast met hun inschatting van anderen. Dan gaat het om slechts 21%. Tegelijkertijd maakt 69% zich zorgen over de invloed van nepnieuws, wat duidt op een kloof tussen waargenomen eigen vaardigheid en maatschappelijke bezorgdheid⁵.



De meeste Nederlanders (58%) zijn ervan overtuigd dat zij zelf nepnieuws kunnen herkennen.

Uit onderzoek naar de mediawijsheid van Nederlandse jongeren en volwassenen blijkt dat er ruimte is voor verbetering. Slechts 40% van de jongeren wordt als ‘voldoende mediawijs’ bestempeld. Hoewel de meerderheid voldoende scoort op competenties als **Bediene**n, **Explorere**n en **Vinde**n, zijn de scores op complexere vaardigheden zoals **Discussiëren** en **Verbinden** juist laag⁶. Het Mediawijsheid Competentiemodel onderscheidt acht kerncompetenties die nodig zijn om bewust, kritisch en actief deel te nemen aan de mediasamenleving.

Het DIGCOM-project uit 2022, dat digitale competenties breder onderzoekt, toont een wisselend beeld. Dertigers hebben het meeste zelfvertrouwen in de meeste digitale vaardigheden. Kinderen en jongeren hebben daarentegen juist meer vertrouwen in hun creatieve digitale vaardigheden, zoals het maken van presentaties of filmpjes. Een opvallende bevinding is dat jongeren het juist moeilijk vinden om op een gezonde manier met hun apparaten om te gaan, een vaardigheid die toeneemt met de leeftijd⁷.

⁵ *Nepnieuws* (Netwerk Mediawijsheid & No Ties, 2021)

⁶ *Mediawijsheid in 2023* (Netwerk Mediawijsheid en Kantar Public, 2023)

⁷ *Eindrapport Digitale Competenties* (De Vries, D.A., Piotrowski, J.T. & De Vreese, C.H. , 2022)

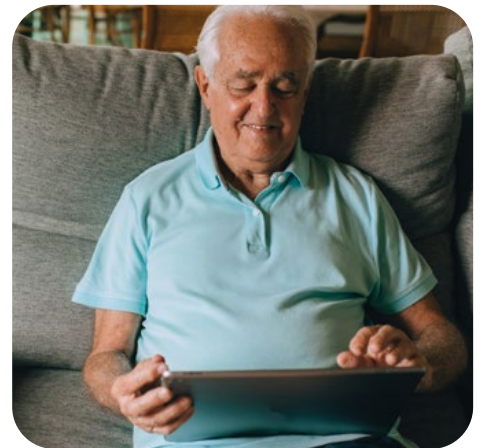
3.4. Profijt

Ondanks de risico's en het structurele controleverlies, bieden digitale media en de bijbehorende vaardigheden tastbare voordelen voor zowel het individu als de samenleving. Toegang tot informatie en digitale competenties kunnen leiden tot persoonlijk, economisch en maatschappelijk profijt, variërend van betere carrièrekansen tot een verrijkte kennisbasis.

In dat kader wordt in het rapport *Digitale ongelijkheid in Nederland: Internetgebruik van mensen van 55 jaar en ouder* een procesmodel opgevoerd dat toegang tot en gebruik van het internet beschrijft als een reeks opeenvolgende fasen waarbij elke fase een voorwaarde vormt voor de volgende. Het model verklaart dat ongelijkheid kan ontstaan doordat gebruikers in eerdere fasen haperen. Die fasen zijn attitude en motivatie, materiële toegang, digitale vaardigheden, gebruik van het internet en tot slot de uitkomsten van dat gebruik⁸.

De economische voordelen van digitale vaardigheden zijn aanzienlijk. Diverse onderzoeken^{9,10}, tonen een verband tussen digitale vaardigheden en inkomen. Bovendien hebben personen met ten minste basisvaardigheden ongeveer tien procent meer kans op een baan in vergelijking met personen die deze vaardigheden niet bezitten¹¹. Dit onderstreept het belang van digitale geletterdheid voor economische participatie.

Daarnaast is het profijt van online informatievergaring evident. De belangrijkste redenen voor nieuwsgebruik zijn de mogelijkheid om nieuwe dingen te weten te komen (44%) en het feit dat de informatie als persoonlijk belangrijk en nuttig wordt ervaren (44%). Het internet fungeert als een onuitputtelijke bron van kennis. Deze functie is met name waardevol voor het opzoeken van specifieke of gevoelige informatie. Het internet stelt jongeren in staat om kennis op te doen die offline moeilijk te vinden is, zoals de ervaringen, gevoelens en meningen van anderen over intieme onderwerpen¹².



⁸ *Digitale ongelijkheid in Nederland: Internetgebruik van mensen van 55 jaar en ouder* (Van Deursen, A.J.A.M., 2025)

⁹ *Skill up or get left behind?* (Centraal Planbureau, 2021)

¹⁰ *Mediawijsheid: Conceptualisering en belang in een gemedieerde samenleving.* Lacunes in bestaand onderzoek en beleid (Van Deursen, A.J.A.M. & Helsper, E.J., 2021)

¹¹ *Digital News Report* (Commissariaat voor de Media, 2022)

¹² *Eigen schuld, dikke bult* (Expertisebureau Online Kindermisbruik, 2021)

Profijt en profijt

De vraag blijft echter wie het meest profiteert van dit digitale ecosysteem en wat de economische kosten zijn voor de traditionele hoeders van informatie, zoals de journalistiek. De digitalisering van het medialandschap heeft geleid tot een fundamentele economische verschuiving. De inkomstenstromen zijn herverdeeld, waarbij traditionele mediabedrijven onder grote druk zijn komen te staan en een klein aantal internationale techbedrijven een dominante marktpositie heeft verworven.

Een cruciale ontwikkeling is de verschuiving in advertentie-inkomsten. Een steeds groter aandeel van de digitale advertentiebestedingen (80%) vloeit naar de schatkisten van Google, Meta (o.a. Facebook en Instagram) en andere buitenlandse techreuzen. Nederlandse mediabedrijven, zowel uitgevers als commerciële omroepen, vrezen terecht dat hun traditionele inkomstenbronnen hierdoor langzaam maar zeker opdrogen¹³. Zie ook het hoofdstuk over weerbaarheid tegen desinformatie (vanaf pagina 47).

Digitale autonomie en vertrouwen

Het 'gratis' model van veel online diensten kent verborgen maatschappelijke kosten. Terwijl gebruikers profiteren van kosteloze toegang tot communicatie, informatie en vermaak, betalen we als samenleving een prijs in de vorm van verminderde digitale autonomie, de erosie van een gedeelde feitelijke werkelijkheid en een ondermijning van het vertrouwen in democratische instituties zoals wetenschap, media/journalistiek en de politiek.

Een van de voornaamste problemen is de grootschalige digitale afhankelijkheid. De samenleving is voor vitale digitale infrastructuur afhankelijk geworden van een handjevol techbedrijven. Dit brengt risico's met zich mee, zoals kwetsbaarheid voor grootschalige uitval. Bovendien stelt het ons bloot aan buitenlandse wetgeving, zoals de Amerikaanse CLOUD Act, die Amerikaanse autoriteiten onder bepaalde omstandigheden toegang kan verlenen tot data die in Europa is opgeslagen¹⁴.



De samenleving is voor vitale digitale infrastructuur afhankelijk geworden van een handjevol techbedrijven.

¹³ *Mediamonitor 2021* (Commissariaat voor de Media, 2021)

¹⁴ *Van digitale afhankelijkheid naar digitale autonomie* (Rathenau Instituut, 2025)

De impact op de journalistiek en het publieke debat is eveneens zorgwekkend. Het journalistieke aanbod maakt een steeds kleiner deel uit van het totale informatieaanbod en moet concurreren met een overvloed aan content van blogs, influencers, politici en andere actoren. Het feit dat nieuws steeds vaker indirect wordt geconsumeerd via platforms, verzwakt de band tussen het publiek en de oorspronkelijke nieuwsmerken.

Daarnaast brengt de architectuur van de aandachtseconomie aanzienlijke maatschappelijke kosten met zich mee door de verspreiding van desinformatie. Bewust verspreide misleidende informatie ondermijnt niet alleen het vertrouwen in de media, maar ook in de democratie zelf. Het belemmert burgers in hun vermogen om zich vrijelijk en op basis van feiten te informeren, wat een hoeksteen is van een functionerende democratische samenleving. Zie ook Weerbaarheid desinformatie



3.5. Samenvatting

De analyse van ons digitale leven door de lens van Plezier, Grip en Profijt onthult een complexe en vaak paradoxale balans. De bevindingen in dit hoofdstuk schetsen een beeld waarin de voordelen onlosmakelijk verbonden zijn met aanzienlijke nadelen en waarin de machtsverhoudingen steeds verder uit evenwicht raken.

De zoektocht naar plezier en sociale verbinding blijft de primaire en meest menselijke drijfveer voor ons digitale mediagebruik. Deze platformen verrijken onze sociale relaties, bieden eindeloos vermaak en fungeren als belangrijke bronnen voor ontplooiing. Tegelijkertijd toont de keerzijde van deze medaille aan dat dezelfde mechanismen gebruikers blootstellen aan serieuze sociale en persoonlijke risico's, variërend van cyberpesten tot ernstige vormen van online exploitatie.



De positie van de individuele gebruiker binnen de digitale omgeving staat onder druk, maar is niet statisch. Onderzoek laat zien dat het bewustzijn rond privacy, datagebruik en aandachtmechanismen de afgelopen jaren aantoonbaar is gegroeid. Die ontwikkeling vertaalt zich steeds vaker in concreet gedrag waarbij gebruikers bewustere keuzes maken, beschikbare instellingen benutten en hulpmiddelen omarmen die hun autonomie versterken. Tegelijkertijd laten beleidsmaatregelen, ontwerpkeuzes en educatieve interventies zien dat het mogelijk is om de dynamiek van de aandachtseconomie te beïnvloeden. Mediawijsheid en digitale competenties trekken hier samen op met regulering en platformverantwoordelijkheid en dragen zo bij aan meer grip, veerkracht en regie in het dagelijks mediagebruik.

Een gezonde digitale toekomst vereist dus meer dan alleen het bevorderen van individuele mediawijsheid. Het vraagt om een fundamentele herijking van de digitale publieke ruimte, waarin publieke waarden worden ingebed in de infrastructuur en het toezicht wordt aangescherpt om de onevenwichtige machtsverhoudingen te corrigeren. Zonder een dergelijke structurele benadering, geleid door beleidsmakers en afgedwongen bij de technologiesector, blijft de balans tussen plezier, grip en profijt precair en dreigen de maatschappelijke kosten de individuele baten te overstijgen.

3.6. Reflectie - Plezier, Grip en Profijt: een balans tussen Plezier, Controle en Nut

Door Nadira Saab, bijzonder hoogleraar e-Didactiek Universiteit Leiden

Paragraaf 3 laat zien dat digitale media tegelijk handig, leuk en soms lastig onder controle te houden zijn. In onderzoek wordt dit vaak beschreven als een balans tussen drie elementen: het nut (profijt: wat levert het op?), het gevoel van controle (grip: heb ik invloed?) en het plezier (zorgt het voor ontspanning en een positieve ervaring?). Deze drie hangen nauw met elkaar samen. Mensen willen dat digitale media iets opleveren en prettig zijn in gebruik, terwijl het gevoel van controle bepaalt of die ervaring uiteindelijk positief of juist frustrerend is^{1,2}.

Het concept *digital agency* helpt om dit spanningsveld beter te begrijpen³. Waar plezier, grip en profijt vooral beschrijven wat digitale media mensen opleveren, gaat digital agency over de vraag wie er aan het stuur zit. Het draait om eigenaarschap: niet alleen technologie gebruiken omdat het er is, maar bewust kiezen wanneer, hoe en waarom je die inzet. Het betekent dat je begrijpt hoe digitale systemen werken, kritisch nadenkt over hun invloed en doelgericht handelt. Zo verschuift de aandacht van het gevoel dat je controle hebt naar het daadwerkelijk kunnen sturen van je eigen gedrag. Digital agency kan daarom worden gezien als een belangrijke factor die ervoor zorgt dat plezier, grip en profijt met elkaar in evenwicht blijven.

Het draait om eigenaarschap: niet alleen technologie gebruiken omdat het er is, maar bewust kiezen wanneer, hoe en waarom je die inzet.

Onderzoek naar plezier, grip en profijt is maatschappelijk belangrijk. Inzicht in de samenhang helpt beleid en ontwerp zo vorm te geven dat technologie welzijn bevordert en ongelijkheid voorkomt. Het doel is dat technologie bijdraagt aan welzijn en actieve deelname aan de samenleving, in plaats van ongelijkheid of afhankelijkheid te vergroten.

Reflectie op de gebruikte onderzoeken

De onderzoeken uit paragraaf 3 laten zien dat digitale media tegelijk kansen en risico's bieden. Wat mensen aantrekt, plezier, gemak en contact, kan ook leiden tot kwetsbaarheid of verlies van controle. De mate waarin dit omslaat

in afhankelijkheid of juist bijdraagt aan ontwikkeling, hangt mede samen met de mate van digital agency, het vermogen om technologie bewust, kritisch en doelgericht in te zetten³.

Plezier als aantrekkingskracht en risicofactor

Jongeren gebruiken sociale media vooral om contact te houden en te ontspannen. Tegelijkertijd gaan diezelfde omgevingen ook gepaard met risico's, zoals cyberpesten. Dit sluit aan bij onderzoek dat laat zien dat plezier een belangrijke motivatie is voor mediagebruik¹. Juist omdat sociale media aantrekkelijk zijn, kunnen ze gebruikers langdurig blijven boeien en vasthouden. Plezier en betrokkenheid zorgen ervoor dat gebruikers blijven terugkomen, maar kunnen ook bijdragen aan problematisch gebruik⁴.



Digitale platforms zijn bovendien vaak zo ontworpen dat ze aandacht vasthouden. Flow-onderzoek laat zien dat wanneer uitdaging en vaardigheden goed op elkaar aansluiten, mensen helemaal opgaan in wat ze doen⁵. Dat kan positief en verrijkend zijn, maar dezelfde sterke betrokkenheid kan ook doorslaan in overmatig gebruik⁴.

Hier wordt duidelijk dat plezier op zichzelf niet problematisch is, maar dat het verschil wordt gemaakt door de mate waarin gebruikers hun gedrag kunnen sturen. Wanneer plezier gepaard gaat met reflectie en bewuste keuzes, kan het bijdragen aan welzijn. Wanneer betrokkenheid vooral wordt gestuurd door ontwerpmechanismen en automatische gewoontes, neemt de kwetsbaarheid toe.

Grip: tussen gevoel van controle en daadwerkelijke invloed

Grip gaat over controle, over het gevoel dat je zelf bepaalt wat je online doet en wat er met je gegevens gebeurt. Dat gevoel van controle hangt samen met meer tevredenheid en plezier in mediagebruik^{4,6}. Onderzoek laat zien dat wie meer controle ervaart, ook positiever is over het gebruik⁶.

Tegelijk kunnen platforms door hun ontwerp, bijvoorbeeld via standaardinstellingen, meldingen of aanbevelingen, die controle juist verminderen². Bovendien blijkt dat het gevoel de regie te hebben niet altijd betekent dat mensen hun gedrag daadwerkelijk goed kunnen sturen^{7,4}. Grip is daarom niet alleen een kwestie van persoonlijke vaardigheden, maar ook van

hoe digitale omgevingen zijn ingericht en hoeveel invloed gebruikers daarin werkelijk hebben.

In dit perspectief kan grip worden opgevat als een onderdeel van een breder handelingsvermogen: het vermogen om technologie kritisch te begrijpen en doelgericht te gebruiken. Pas wanneer mensen niet alleen controle ervaren, maar ook daadwerkelijk keuzes maken op basis van inzicht en eigen waarden, ontstaat echte regie.

Pas wanneer mensen niet alleen controle ervaren, maar ook daadwerkelijk keuzes maken op basis van inzicht en eigen waarden, ontstaat echte regie.

Profijt: kansen, verschillen en persoonlijke factoren

Profijt is niet voor iedereen hetzelfde. Wat mensen uit digitale media halen, hangt af van hun doelen, leeftijd en persoonlijke situatie. Bij oudere volwassenen bijvoorbeeld hangt welzijn samen met bewust en doelgericht gebruik⁸. Bij jongeren en andere volwassenen verschilt het plezier juist sterk per soort activiteit en levensfase⁹. Dit laat zien dat niet iedereen in gelijke mate profiteert van digitalisering.

Ook zelfcontrole speelt een belangrijke rol: mensen met meer zelfbeheersing lopen minder risico op problematisch gebruik⁷, wat aansluit bij onderzoek dat laat zien hoe sterke betrokkenheid kan omslaan in verslavingsachtig gedrag wanneer balans ontbreekt⁴.

Profijt ontstaat daarmee niet automatisch door toegang tot technologie, maar door de manier waarop mensen die technologie inzetten. Wie technologie doelgericht gebruikt voor leren, werk of maatschappelijke participatie, vergroot de kans op duurzame opbrengsten. Zonder die actieve regie blijft het profijt beperkt of ongelijk verdeeld.

Balans als voorwaarde voor een gezonde digitale samenleving

Paragraaf 3 maakt duidelijk dat plezier, grip en profijt met elkaar in evenwicht moeten zijn. Onderzoek bevestigt dat nut mensen motiveert om digitale media te gebruiken, dat plezier zorgt voor betrokkenheid en dat een gevoel van controle bijdraagt aan welzijn. Maar wanneer een van deze elementen te sterk of juist te zwak is, kunnen risico's ontstaan^{2,10}. De kernvraag is daarom niet of digitale media waardevol zijn, maar onder welke voorwaarden ze bijdragen aan een gezonde samenleving.

Een gezonde digitale samenleving vraagt om meerdere stappen tegelijk, namelijk het versterken van mediawijsheid en digitale vaardigheden en digital agency, meer transparantie in het ontwerp van platforms, duidelijke economische en juridische regels die publieke waarden beschermen, en een gedeelde verantwoordelijkheid van burgers, overheid en technologiebedrijven. Balans betekent dus niet minder technologie, maar betere inbedding zodat mensen regie kunnen voeren over hun digitale leven.

Blik op de toekomst

We weten nog onvoldoende hoe digitale ervaringen zich in de tijd ontwikkelen. Onderzoek laat zien dat digitale balans en bewust loskoppelen van digitale devices, bijvoorbeeld door tijdelijk offline te gaan, verschillen per situatie en levensfase¹¹. Toch weten we nog niet genoeg over hoe plezier grip en profijt elkaar op langere termijn beïnvloeden. Wat op het ene moment vooral ontspanning en plezier oplevert, kan in een andere fase of context juist stress of spanning veroorzaken.

Ook is meer inzicht nodig in het verschil tussen echte controle en controlebeleving. Onderzoek laat zien dat gebruikers soms denken dat zij zelf de regie hebben, terwijl platforms hen via ontwerpkeuzes, zoals meldingen, aanbevelingen of automatische afspeelfuncties, ongemerkt stimuleren om langer actief te blijven^{2,12}. Meer inzicht in deze ontwerpmechanismen helpt om te bepalen welke digitale omgevingen mensen daadwerkelijk meer autonomie geven, in plaats van alleen het idee daarvan.

Ook verschillen tussen leeftijden en doelgroepen vragen om meer aandacht. Zo bepaalt leeftijd wat mensen als leuk of aantrekkelijk ervaren op sociale platforms⁹. Daarnaast is meer kennis nodig over zelfcontrole en kwetsbaarheid. Mensen met meer zelfcontrole hebben minder kans op problematisch gebruik⁷, en zelfcontrole speelt een belangrijke rol bij processen zoals flow en verslaving⁴. Toch is nog niet volledig duidelijk hoe deze mechanismen zich ontwikkelen en welke factoren mensen kunnen beschermen tegen negatieve effecten.



Conclusie

Paragraaf 3 laat zien dat digitale media een dubbel karakter hebben: ze zijn aantrekkelijk en nuttig, maar ook ingewikkeld en soms ontregelend. Plezier zorgt ervoor dat mensen blijven gebruiken, maar kan ook risico's met zich meebrengen. Grip hangt niet alleen af van hoe vaardig of bewust iemand is, maar ook van hoe platforms zijn ingericht. En het profijt van digitale media is ongelijk verdeeld en hangt samen met bredere economische en maatschappelijke structuren.

De uitdaging is die balans te versterken. Dat vraagt niet alleen om het verbeteren van individuele digitale vaardigheden, maar ook om het zo inrichten van het digitale systeem dat autonomie, welzijn en publieke waarden worden ondersteund, zodat plezier grip en profijt elkaar niet ondermijnen, maar juist versterken.





4. Digitale balans

4.1. Inleiding

Netwerk Mediawijsheid en het Trimbos Instituut zijn initiatiefnemers als het gaat om ‘digitale balans’. Het gaat dan vooral over het zoeken naar de beste balans tussen mediagebruik en andere activiteiten. Het achterliggende model kijkt naar gezondheid vanuit lichamelijke gezondheid (voldoende slaap, voldoende beweging en niet te lang stilzitten), mentale gezondheid (tijd voor ontspanning en inspanning/tevredenheid over prestaties) en sociale gezondheid (tijd voor verbinding met anderen en tijd voor jezelf).



Het doel van de digitale balans is het zó indelen van je tijd dat je je er goed en gezond bij voelt. De juiste balans is voor iedereen anders en de vrijheid om hierin zelf keuzes te maken is een belangrijke voorwaarde. Daarnaast omvat het de afweging tussen wat het gebruik van digitale media je oplevert en wat het kost.

In dit deel van het rapport kijken we naar de oorzaken van een digitale disbalans bij diverse doelgroepen en wordt een inventarisatie gegeven van onderzoeksresultaten die ervoor kunnen zorgen dat de balans wordt verbeterd.

4.2. Doelgroepen en kwetsbaarheden

Het concept digitale balans heeft niet voor iedereen dezelfde betekenis of urgentie. Demografische, sociaaleconomische en levensfase gerelateerde factoren bepalen in grote mate de risico's en kansen van digitalisering. Een gedifferentieerde benadering, waarbij specifieke doelgroepen worden geïdentificeerd, is daarom cruciaal om risico's effectief te adresseren en gerichte ondersteuning te bieden.

De 'digitale puberteit' en veranderend mediagebruik

De transitie van kindertijd naar adolescentie wordt gemarkeerd door een cruciale fase, de 'digitale puberteit', waarin het mediagebruik fundamenteel en versneld verandert. Het Vlaamse onderzoek van Apenstaartjaren uit 2024¹⁵ identificeert dit kantelpunt in de laatste jaren van het basisonderwijs, waar het mediagebruik van tieners steeds meer gaat lijken op dat van jongeren in het voortgezet onderwijs.

De overgang naar het voortgezet onderwijs markeert een significante toename in zowel het bezit van een eigen smartphone als het gebruik van sociale media. De data tonen aan dat het omslagpunt voor smartphonebezit ligt tussen de leeftijd van 11 en 12 jaar. Op die leeftijd beschikt meer dan de helft van de kinderen over een eigen smartphone. Bij de start van het voortgezet onderwijs hebben bijna alle jongeren een eigen smartphone en gebruiken ze massaal sociale media. Volgens Psychologie Magazine heeft 90% van de 11-12 jarigen een smartphone¹⁶. De populairste apps onder tieners en jongeren zijn platformen gericht op visuele, korte content en directe communicatie, zoals TikTok, Instagram en Snapchat. Dit veranderende mediapatroon creëert nieuwe uitdagingen op het gebied van digitale balans, online veiligheid en welzijn.

Recent is in Australië wetgeving ingevoerd die jongeren tot 16 jaar verbiedt om gebruik te maken van sociale media. Australische jongeren mogen nu geen accounts meer hebben op Facebook, Instagram, Kick, Reddit, Snapchat, Threads,

De overgang naar het voortgezet onderwijs markeert een significante toename in zowel het bezit van een eigen smartphone als het gebruik van sociale media.

¹⁵ *De digitale leefwereld van kinderen en jongeren (B)* (Apenstaartjaren, 2024)

¹⁶ *Onderzoekers slaan alarm: verbied smartphones voor jongeren onder de 13 jaar* (Psychologie Magazine, november 2025)

TikTok, X, YouTube en Twitch. Als platforms niet actief stappen ondernemen om accounts van kinderen te verwijderen, riskeren zij boetes tot € 28 miljoen.

In Nederland geldt zo'n verbod (nog) niet, maar er zijn wel richtlijnen¹⁷ opgesteld die onder andere adviseren om jongeren tot 15 jaar niet te laten participeren in sociale media en pas vanaf groep 8 een smartphone te laten gebruiken.

In de recent gepubliceerde *Monitor mentale gezondheid*¹⁸ van het RIVM en het Trimbos Instituut wordt een verbod zoals in Australië zelfs actief afgewezen. De experts kijken liever naar een proactieve, pedagogische strategie met als doel het versterken van mediawijsheid. Ze noemen het een essentiële vaardigheid voor de 21e eeuw.



Een van de kernaanbevelingen van de experts in de monitor is dan ook de noodzaak om de jongeren én ouders te leren omgaan met 'digitale druk'. Ook de jonge jongeren. Het idee is dat wanneer kinderen al vroeg leren om kritisch en bewust met media om te gaan, zij beter gewapend zijn tegen de negatieve aspecten, zoals sociale druk, onrealistische zelfbeelden en de verslavende werking van platforms.

De uitdagingen van mediaopvoeding

Ouders spelen zoals gezegd een centrale rol in de mediaopvoeding, maar ervaren hierbij aanzienlijke moeilijkheden en zorgen. Uit onderzoek¹⁹ naar de zorgen van ouders over het mediagebruik van hun kinderen en het *Iene Miene Media rapport* uit 2024²⁰ komt een consistent beeld naar voren van de uitdagingen waarmee zij worden geconfronteerd. De belangrijkste zorgen van ouders zijn:

- Contact met personen met kwade bedoelingen
- Blootstelling aan ongeschikte content
- Te veel tijd besteden aan media
- Kans op cyberpesten

¹⁷ *Richtlijn gezond schermgebruik* (Vrije Universiteit Amsterdam, Universiteit Utrecht en Ministerie van VW&S, 2025)

¹⁸ *Monitor mentale gezondheid. Landelijke rapportage 2025*, (RIVM en Trimbos Instituut, 2025)

¹⁹ *Zorgen ouders mediagebruik kinderen* (Netwerk Mediawijsheid, 2017)

²⁰ *Verdiepend onderzoek Iene Miene Media. Ontspannen met media* (Netwerk Mediawijsheid, 2024)

De manier waarop ouders hun kinderen begeleiden, wordt in de wetenschappelijke literatuur aangeduid als *parental mediation*. Onderzoek van Peter Nikken, verbonden aan het *Iene Miene Media* project, maakt hierbij onderscheid tussen restrictieve begeleiding (het stellen van regels over tijd en content) en actieve begeleiding (het gesprek aangaan over media-ervaringen en het samen gebruiken van media, ook wel *co-use* genoemd).

Het Iene Miene Media-rapport uit 2024 benadrukt dat het eigen mediagedrag van ouders een directe invloed heeft op dat van hun kinderen. Ouders fungeren, bewust of onbewust, als een belangrijk rolmodel. Wanneer zij zelf continu met schermen bezig zijn, wordt dit gedrag door hun kinderen genormaliseerd en overgenomen. Deze uitdagingen worden bovendien versterkt door sociaaleconomische factoren.



4.3. De gevolgen van een digitale disbalans

Een digitale disbalans kan verschillende negatieve gevolgen zoals de afname van het persoonlijk welzijn. In deze paragraaf kijken we naar de voornaamste negatieve effecten die uit recent onderzoek naar voren komen.

Impact op mentaal en fysiek welzijn

Een overmatige en onbewuste omgang met digitale media heeft een directe impact op het mentale en fysieke welzijn van jongeren. Het eerdergenoemde rapport Apenstaartjaren 2024 identificeert diverse stressfactoren en negatieve ervaringen die samenhangen met intensief schermgebruik:

Stress:

Een kwart van de jongeren ervaart stress door de continue berichtenstroom van schoolplatformen, wat de grens tussen school en vrije tijd doet vervagen.

Afleiding:

Een aanzienlijk deel wordt vaak afgeleid door hun smartphone (38%) of onderbreekt activiteiten om op meldingen te reageren (44%), wat ten koste gaat van focus en diepgaand werk.

Tijdverlies:

Een derde van de jongeren heeft het gevoel dat de tijd die ze op hun smartphone doorbrengen, verspilde tijd is, wat kan wijzen op een conflict tussen hun mediagedrag en hun persoonlijke doelen.

Slaapproblemen:

Hoewel meer dan de helft van de jongeren *niet* akkoord gaat met de stelling dat ze slechter slapen door schermgebruik, suggereert dit dat een aanzienlijke minderheid dit probleem wel degelijk ervaart, een punt van zorg dat niet mag worden genegeerd ondanks de meerderheidspositie.



4.4. Oplossingen

Het aanpakken van digitale disbalans vereist een gelaagde aanpak. Effectieve interventies kunnen een combinatie zijn van inspanningen op het niveau van het individu, het gezin, het onderwijs en in brede zin de maatschappij. Denk ook aan het schadelijk ontwerp van de platforms en de aandachtseconomie in z'n geheel. Onderzoek biedt concrete handvatten voor het versterken van digitale weerbaarheid en het bevorderen van gezonder digitaal mediagebruik.

Opvoeding: van regels naar gesprek

De mediaopvoeding binnen het gezin is een cruciale factor. De rapporten *Apenstaartjaren 2024* en *IeneMieneMedia 2024* benadrukken dat een effectieve aanpak verder gaat dan enkel het opleggen van regels. Het maken van duidelijke afspraken over schermtijd en de content die kinderen mogen zien, blijft van groot belang, met name rond de 'digitale puberteit', wanneer het mediagebruik intensiveert.

Echter, minstens zo belangrijk is de actieve betrokkenheid van ouders. Het samen gebruiken van media ('co-use'), zoals samen een spelletje spelen of een filmpje bekijken, biedt een natuurlijke context om in gesprek te gaan over de online wereld. Dit creëert een vertrouwensband en stelt ouders in staat om hun kinderen te begeleiden bij wat ze online tegenkomen. Daarbij is het essentieel dat ouders zich bewust zijn van hun eigen voorbeeldfunctie. Hun eigen mediagedrag heeft een directe en krachtige invloed op de gewoontes en attitudes van hun kinderen.

Het samen gebruiken van media ('co-use'), zoals samen een spelletje spelen of een filmpje bekijken, biedt een natuurlijke context om in gesprek te gaan over de online wereld.

Onderwijs en mediawijsheid

Het onderwijssysteem heeft een sleutelrol in het bevorderen van digitale geletterdheid, maar vervult deze rol momenteel onvoldoende. De *Monitor Jeugd en Media 2017*²¹ en *Apenstaartjaren 2024* stellen vast dat jongeren zelf aangeven dat scholen een beperkte rol spelen in het aanleren van digitale vaardigheden. Deze competenties worden voornamelijk in de vrije tijd en in de thuissituatie opgedaan. Dit leidt tot een kenniskloof, met name op het gebied van informatievaardigheden - bijvoorbeeld het kritisch beoordelen van bronnen - en

²¹ 'Monitor Jeugd en Media 2017' (Kennisset, 2017)

online veiligheid als ook het aanleren van een zekere vorm van zelfregulering en schermgebruik.

Organisaties zoals Kennisnet pleiten daarom voor de structurele integratie van digitale geletterdheid in het curriculum. Door mediawijsheid een vaste plek te geven in het onderwijs, kunnen alle leerlingen, ongeacht hun thuissituatie, de noodzakelijke vaardigheden ontwikkelen om zich bewust, kritisch en veilig in de digitale wereld te begeven.

Structurele maatregelen

Naast inspanningen op het niveau van gezin en school, zijn systemische maatregelen noodzakelijk om digitale inclusie en welzijn voor iedereen te waarborgen.

Het rapport *Van onzichtbare achterblijver naar digitaal meedoen* doet een duidelijke aanbeveling ten aanzien van de digitale inclusie: maak internet en digitale apparaten tot basisvoorzieningen. Dit kan worden gerealiseerd via een structureel programma in samenwerking met overheden, maatschappelijke organisaties en telecombedrijven, zodat niemand vanwege financiële redenen wordt uitgesloten van maatschappelijke participatie.

Met betrekking tot gedeelde verantwoordelijkheid is de conclusie van *Apenstaartjaren 2024* helder. Het stelt dat de digitale gezondheid een collectief probleem is, dus niet alleen bij het individu. Ook de tech-industrie moet worden aangesproken op haar businessmodellen die gebaseerd zijn op de aandachtseconomie en verslavende ontwerpprincipes en algoritmes.

Tot slot hebben scholen hebben ook een verantwoordelijkheid, bijvoorbeeld door het implementeren van een helder en gedragen smartphonebeleid. Veel scholen werken al volgens het principe van 'thuis of in de kluis', waarbij leerlingen hun smartphones de hele schooldag moeten thuislaten of in een kluisje leggen, ook tijdens pauzes.



4.5. Samenvatting

Digitale balans is een complex en veelzijdig vraagstuk dat verschillende groepen in de samenleving op uiteenlopende manieren beïnvloedt. Van jongeren die navigeren door de 'digitale puberteit' en ouders die worstelen met mediaopvoeding, tot burgers die dreigen te worden uitgesloten door de digitale kloof, voor iedereen geldt dat de uitdagingen divers zijn en met elkaar verweven. De gevolgen van een disbalans, variërend van mentale stress en slaapttekort tot blootstelling aan online risico's en maatschappelijke uitsluiting, onderstrepen de urgentie van dit thema.



De belangrijkste conclusie van dit hoofdstuk is dat een duurzame oplossing een integrale aanpak vereist. Effectieve strategieën combineren actieve ouderlijke begeleiding, structureel onderwijs in mediawijsheid en doortastende maatschappelijke maatregelen die digitale inclusie waarborgen en de verantwoordelijkheid breder leggen dan enkel bij het individu. Door te investeren in deze gelaagde aanpak, bouwen we aan de digitale weerbaarheid en het welzijn van alle burgers. Dit is een fundamentele voorwaarde om de kansen van een steeds verder digitaliserende samenleving te kunnen benutten en de risico's ervan het hoofd te bieden.

4.6. Reflectie - Digitale balans in onderzoek: waar staan we?

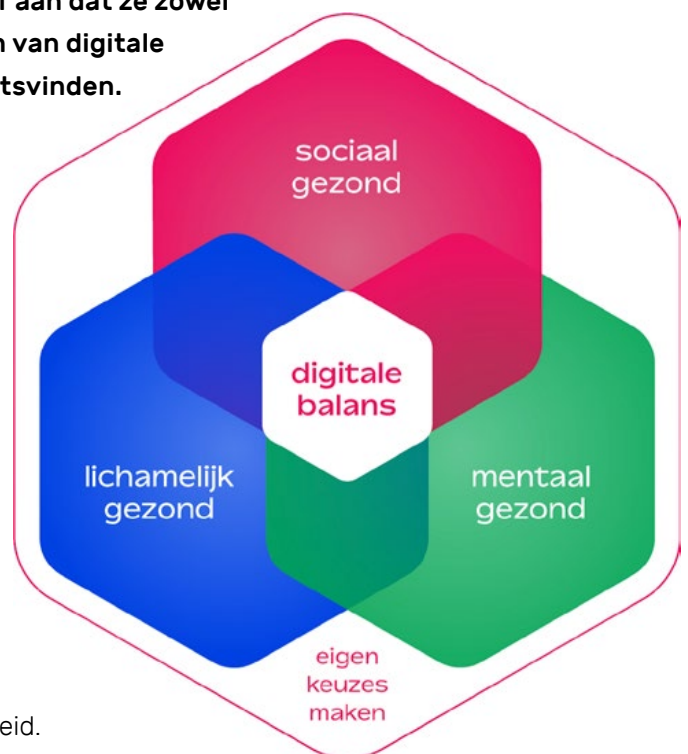
Door dr. Anouk Tuijnman, Trimbos-instituut. Met dank aan dr. Tony van Rooij

Hoe blijven we gezond in een in toenemende mate digitaliserende samenleving? Om die vraag verder te helpen, lanceerden Trimbos-instituut en Netwerk Mediawijsheid in 2020 het **Digitale balansmodel**. Tot dan was *schermtijd* het hoofdonderwerp van gesprek, niet alleen maatschappelijk, maar ook in onderzoek. We zagen echter dat schermtijd een te simpele weergave van de werkelijkheid was. Het maakte uit wát je in die tijd deed. Bovendien gaven mensen zelf aan dat ze zowel gezondheidsvoordelen als -nadelen ervoeren van digitale media. En dat deze tegelijkertijd konden plaatsvinden.

“Een goede digitale balans betekent een gezonde balans tussen slaap, bewegen en stilzitten, in combinatie met het gebruik van digitale media (het ‘schermgebruik’). Met aandacht voor je mentale gezondheid, dus zowel ontspannen als inspinnen. En sociale gezondheid; regelmatig verbinden met anderen, maar ook tijd hebben voor jezelf en om naar binnen te kijken. En je eigen keuzes kunnen maken.”

Van Rooij, A.J., Doze, I., Tuijnman, A., & Kleinjan, M. (2020). *Factsheet Digitale Balans Model*. Trimbos-instituut, No Ties & Netwerk Mediawijsheid.

Onderzoekers hebben sindsdien laten zien dat dit vraagstuk speelt bij alle leeftijden (zie bijvoorbeeld de [Iene Miene Media-onderzoeken](#)) en dat het beeld van digitale media alleen maar rijker en complexer is geworden (Van Rooij, et al., 2026). Bij fysieke gezondheid gaat het bijvoorbeeld niet alleen om slaap, bewegen en stilzitten, maar ook om fysieke klachten, zoals rugpijn en oogklachten, en de relatie met eten. Mentale gezondheid omvat de relatie met zowel positieve als negatieve stemmingen, maar ook met focus, leren, aandacht en zelfbeeld. Effecten zijn niet alleen afhankelijk van tijd en type medium, maar ook van de persoon zelf en de manier waarop iemand digitale media gebruikt (bijvoorbeeld



sociale media, zie Rozendaal, Griffioen, & Stein, 2024). Bovendien laat onderzoek zien dat mensen voor alle type media zowel voordelen als nadelen rapporteren en dat wat een voordeel is, tegelijkertijd ook een nadeel voor hen kan zijn (Van der Rijst, et al., 2025). Een voorbeeld hiervan is dat mensen aangeven dat internet als voordeel heeft dat het sociaal contact bevordert met familie en vrienden, maar tegelijkertijd dat het ook isolerend kan werken, omdat alles online geregeld kan worden en je minder de deur uit hoeft.

Eigen keuzes kunnen maken is essentieel in dit alles. Het Digitale balansmodel erkent dat. De mate waarin je als persoon instaat bent om een gezonde digitale balans te creëren is ook afhankelijk van de mate waarin je eigen keuzes hierover kunt maken. Nog steeds zijn er in Nederland veel volwassenen die onvoldoende toegang of vaardigheden hebben om online mee te komen (zie bijvoorbeeld Hoevenagel & Joossen, 2025). Kinderen zijn afhankelijk van hun opvoeders en de begeleiding die zij geven. Opvoeders die aangeven zelf te worstelen met hun mediagebruik (Tuijnman & Nikken, 2025). En ook het ontwerp van digitale media speelt hierin een rol. Sommige digitale producten duwen op de tijd, het geld en de aandacht van diens gebruikers (bijvoorbeeld games, zie Van Rooij, et al., 2025). Hoewel hier steeds meer aandacht voor komt, is het onderdeel *eigen keuzes maken*, vergeleken met de gezondheidsonderdelen van het Digitale balansmodel, relatief onderbelicht.



Wat ook nog vaak ontbreekt in het onderzoeksveld is een compleet beeld van de impact van digitale media. Veel studies kijken maar naar één domein, terwijl we weten dat diverse gezondheidsdomeinen relevant zijn én op elkaar inwerken (Van Rooij, et al., 2026). Ook zijn er gezondheidsdomeinen die minder aandacht krijgen dan anderen, zoals betekenisgeving en groei (Griffioen, et al., 2025). Verder leunt veel onderzoek nog op zelfrapportage en minder op objectieve data (Griffioen, et al., 2025). Bovendien zijn verschillende doelgroepen onderbelicht in onderzoek (Griffioen, et al., 2025). Het meeste onderzoek richt zich op jongeren, terwijl onderzoek naar zeer jonge kinderen en volwassenen minder voorkomt. Ook ontbreekt er kennis over mensen met een migratieachtergrond en neurodivergente individuen.

Er valt dus nog genoeg winst te behalen in dit vakgebied, maar het veld staat niet stil en er liggen duidelijke aanbevelingen voor de toekomst van het onderzoek (Griffioen, et al., 2025 en Van Rooij, et al., 2026). Met als uiteindelijke doel dat iedereen in Nederland een leven lang gezond gebruik kan maken van digitale media.

A photograph of two men sitting on a light-colored sofa. The man in the background is wearing a light blue t-shirt and is smiling while looking at a smartphone held by the man in the foreground. The man in the foreground is wearing a yellow t-shirt and glasses, looking at the phone. A white, rounded rectangular outline is superimposed over the image, framing the text. The background consists of white horizontal blinds.

5. Samen sociaal online

5.1. Inleiding

De opkomst van sociale media heeft een ongekeerde vlucht genomen, waardoor zij voor een overgrote meerderheid van de Nederlanders een integraal onderdeel van het dagelijks leven zijn geworden. De meest recente editie van *Nationale Social Media Onderzoek*²² van Newcom toont aan dat maar liefst 14,4 miljoen Nederlanders actief zijn op deze platforms. Hoewel deze netwerken bedoeld zijn om verbinding te faciliteren, kennen ze ook een schaduwzijde. Ze zijn veelal een voedingsbodem voor grensoverschrijdend gedrag met aanzienlijke maatschappelijke en individuele gevolgen. Bijna 7 miljoen mensen ervaren dergelijk gedrag als een bedreiging voor hun mentale welzijn.

In dit deel van het rapport wordt de aard van online grensoverschrijdend gedrag ontleed, als ook de verschillen binnen verschillende bevolkingsgroepen en worden effectieve oplossingen gepresenteerd en geëvalueerd. De focus ligt hierbij op het begrijpen van de psychologische en sociale mechanismen die ten grondslag liggen aan zowel schadelijk gedrag als pro-sociale interventies. De analyse begint met een duidelijke afbakening van het probleem en de kwantificeerbare impact ervan op het welzijn van de Nederlandse bevolking.

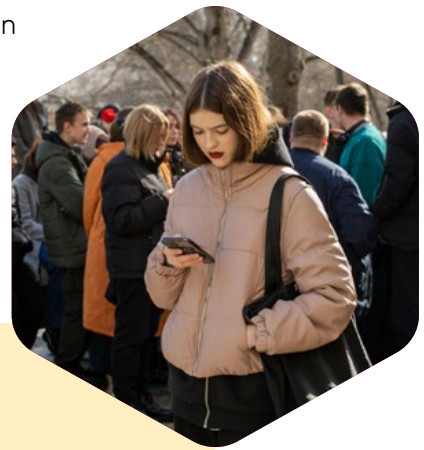


²² *Nationaal Social Media Onderzoek* (Newcom, 2025)

5.2. Vormen en impact van online grensoverschrijdend gedrag

Om online grensoverschrijdend gedrag effectief aan te pakken, is een heldere definitie van strategisch belang. Het stelt ons in staat de omvang en impact nauwkeurig te meten en gerichte interventies te ontwikkelen die aansluiten bij specifieke gedragsvormen.

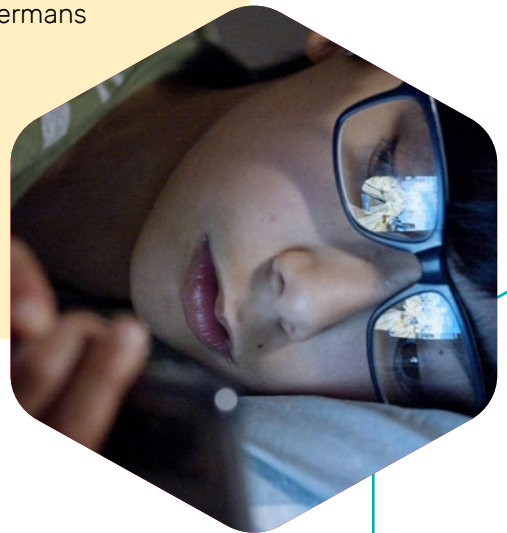
Naast bekende fenomenen als cyberpesten, haatzaaien en discriminatie, komen volgens het onderzoek *Van omstander naar 'upstander'*²³ met name twee vormen van grensoverschrijdend gedrag veelvuldig voor. In de eerste plaats is dat *online shaming*, oftewel het publiekelijk vernederen van een individu. De tweede is *cancelling* waarbij een individu wordt buitengesloten of genegeerd. Maar er zijn veel meer vormen van grensoverschrijdend gedrag op de social mediakanalen. Op basis van de verschillende onderzoeken uit de database van de Wetenschappelijke Raad Netwerk Mediawijsheid is onderstaande inventarisatie gemaakt:



- **Online haat en pesten**
 - *Cyberpesten/Online pesten*, het herhaaldelijk pesten van een slachtoffer via sociale media door een groep of individu.
 - *Haatzaaien*, alle uitingen op sociale media die aanzetten tot, het aanmoedigen van of het legitimeren van haat.
 - *Trolling*, het opzettelijk dwarszitten van mensen in online gemeenschappen.
 - *Kleineren of vernederen*, het publiekelijk omlaaghalen of beledigen van personen.
- **Sociale uitsluiting en intimidatie**
 - *Online buitensluiten*, het opzettelijk negeren of weren van personen uit online groepen of interacties.
 - *Cancellen*, het oproepen om iemand collectief uit te sluiten uit een gemeenschap als een vorm van sociale straf.
 - *Online shaming*, het publiekelijk aan de schandpaal nagelen of vernederen van personen.
 - *Bedreigingen*, het uiten van dreigementen, bijvoorbeeld gericht tegen journalisten of andere publieke figuren.

²³ *Van omstander naar 'upstander'* (Netwerk Mediawijsheid, 2022)

- **Discriminatie en racisme**
 - *Online discriminatie*, het ongelijk behandelen of benadelen van groepen op basis van kenmerken zoals afkomst, religie, huidskleur, handicap of seksuele oriëntatie.
 - *Racisme*, het verspreiden van racistische uitingen, waaronder het gebruik van discriminerende scheldwoorden of vergelijkingen.
- **Seksueel grensoverschrijdend gedrag**
 - *Shame sexting/wraakporno*, het zonder toestemming maken of verspreiden van seksueel getinte foto's of video's.
 - *Ongevraagd ontvangen van naaktbeelden*, het toegestuurd krijgen van expliciete foto's of films zonder hierom gevraagd te hebben.
 - *Seksuele uitbuiting/verzoeken*, het vragen aan minderjarigen om pikante beelden te maken of te delen.
 - *Online seksuele intimidatie*, het lastigvallen van personen met ongewenste seksuele toespelingen.
- **Informatie- en Identiteitsmisbruik**
 - *Doxing*, het openbaar maken van iemands persoonlijke, sensitieve privé-informatie met kwaadwillende bedoelingen.
 - *Sock puppeting*, het aannemen van een valse identiteit om anderen te misleiden.
 - *Online fraude en bedrog*, het oplichten van mensen, bijvoorbeeld via advertentieplatforms of door hen te benaderen als 'geldezel'.
 - *Wachtwoordmisbruik*, het stiekem gebruiken van andermans inloggegevens.
 - *Verspreiden van desinformatie*, het bewust delen van onjuiste of misleidende informatie met kwade bedoelingen. Deze vorm wordt uitgebreid behandeld in het hoofdstuk over weerbaarheid tegen desinformatie.



5.3. Gevolgen grensoverschrijdend gedrag

Uit onderzoek blijkt dat online grensoverschrijdend gedrag, zoals hierboven beschreven, structureel voorkomt en diep ingrijpt op hoe mensen zich online tot elkaar verhouden. Ongeveer twee derde van de Nederlanders geeft aan online kwetsend gedrag te ervaren, wat samenhangt met gevoelens van stress, boosheid en onzekerheid en het vertrouwen in online sociale ruimtes onder druk zet²⁴. Deze ervaringen raken niet alleen individueel welzijn, maar beïnvloeden ook de bereidheid om actief deel te nemen aan online gesprekken en gemeenschappen.

De impact van online grensoverschrijdend gedrag reikt verder dan het individu en heeft invloed op sociale verhoudingen binnen online gemeenschappen. Onderzoek naar online haatspraak en discriminatie²⁵ laat zien dat structurele blootstelling aan vijandige of uitsluitende communicatie kan bijdragen aan normalisering van respectloos gedrag en aan het terugtrekken van specifieke groepen uit het online publieke domein. Hierdoor neemt de diversiteit van stemmen af en kunnen sociale tegenstellingen verharder. Deze dynamiek wordt mede versterkt door platformmechanismen die polariserende of agressieve uitingen extra zichtbaarheid geven.

Binnen deze context speelt het gedrag van omstanders een cruciale rol. Uit onderzoek²⁶ van Netwerk Mediawijsheid blijkt dat veel gebruikers online grensoverschrijdend gedrag wel waarnemen, maar lang niet altijd ingrijpen. Tegelijkertijd laat dit onderzoek zien dat actief omstandersgedrag, het zogenoemde *upstanderschap*, kan bijdragen aan het begrenzen van schadelijk gedrag en aan steun voor slachtoffers. Het zichtbaar maken van sociale normen en het versterken van handelingsperspectieven vergroot de kans dat gebruikers zich uitspreken, steun bieden of meldingen doen wanneer grenzen worden overschreden.

Daarnaast heeft een onveilig online klimaat gevolgen voor maatschappelijk vertrouwen. Studies naar mediagebruik en publieke communicatie laten

Actief omstandersgedrag, het upstanderschap, kan bijdragen aan het begrenzen van schadelijk gedrag en aan steun voor slachtoffers.

²⁴ *Online kwetsen en buitensluiten* (Netwerk Mediawijsheid/No Ties, 2022)

²⁵ *Inzichten in online haatspraak en discriminatie* (KIS, 2025)

²⁶ *Van omstander naar 'upstander'* (Netwerk Mediawijsheid, 2022)

zien dat herhaalde confrontatie met agressieve of grensoverschrijdende interacties samenhangt met afnemend vertrouwen in nieuwsmedia, overheid en maatschappelijke instituties, vooral wanneer dit samengaat met desinformatie of ondermijnende boodschappen²⁷. Voor sommige gebruikers leidt dit tot vermijding van online publieke discussies, wat hun maatschappelijke betrokkenheid kan beperken. Zie ook het hoofdstuk over weerbaarheid tegen desinformatie.

Gelukkig tonen meerdere onderzoeken²⁸ aan dat gerichte mediawijsheidsinterventies effect hebben. Programma's die inzetten op empathie, normbesef en actief omstandersgedrag vergroten de bereidheid om respectvol te communiceren en gezamenlijk verantwoordelijkheid te nemen voor de online sociale omgeving. Daarmee ondersteunen deze studies dat samen sociaal online geen vanzelfsprekendheid is, maar een vaardigheid die ontwikkeld en versterkt kan worden.



Verschillen per groep

Diverse onderzoeken laten zien dat ervaringen met online grensoverschrijdend gedrag niet gelijk verdeeld zijn over de bevolking, maar verschillen naar leeftijd, sociale positie en digitale vaardigheden.

Kinderen en jongeren geven relatief vaak aan te maken te krijgen met online kwetsend gedrag. Uit onderzoek naar mediagebruik onder 7 tot 12 jarigen blijkt dat een deel van de kinderen negatieve online ervaringen rapporteert, waaronder uitsluiting en belediging, en dat deze ervaringen samenhangen met minder plezier in online contact en een grotere behoefte aan ondersteuning door ouders of andere volwassenen²⁹. In een ander onderzoek³⁰ onder jongeren blijkt dat zij online grensoverschrijdend gedrag regelmatig signaleren, maar niet altijd weten hoe zij hierop moeten reageren. Tegelijkertijd laat onderzoek zien dat een aanzienlijk deel van de jongeren hun eigen digitale vaardigheden hoog inschat, terwijl dit niet automatisch samengaat met het beschikken over sociale of morele handelingsvaardigheden in online situaties³¹.

²⁷ *Vertrouwen in journalistiek* (Motivaction, 2021)

²⁸ *Samen Sociaal Online* (Netwerk Mediawijsheid, 2021) en *Effectief mediawijsheid en digitale geletterdheid vergroten met digitale games* (Erasmus Universiteit Rotterdam, Universiteit Utrecht, Netwerk Mediawijsheid, 2023)

²⁹ *Monitor mediagebruik 7-12 jaar* (Netwerk Mediawijsheid, 2021)

³⁰ *Onderzoek Safer Internet Day 2021* (ECP, 2021)

³¹ *Online vaardig begint offline* (Koninklijke Bibliotheek, 2021)

Onder volwassenen komt online grensoverschrijdend gedrag eveneens veel voor, zij het in andere contexten. Uit de onderzoeksrapportage ten behoeve van de Week van de Mediawijsheid in 2023³² blijkt dat een substantieel deel van de volwassenen aangeeft zich online terughoudender te gedragen vanwege de toon en omgangsvormen op sociale media. Respondenten geven onder meer aan discussies te vermijden, minder vaak hun mening te delen of bepaalde platforms minder te gebruiken als gevolg van ervaren online onveiligheid. Tegelijkertijd spreekt het rapport over normvervaging als grensoverschrijdend gedrag steeds meer als 'normaal' wordt ervaren.

Een studie³³ van het Kennisplatform Inclusief Samenleven (KIS) concludeert dat specifieke groepen vaker doelwit zijn van online haatspraak en discriminatie. Het rapport geeft aan dat mensen met een migratieachtergrond, vrouwen en LHBTIQ+-personen relatief vaak online grensoverschrijdend gedrag ervaren, waaronder belediging, bedreiging en uitsluiting. Deze groepen rapporteren vaker negatieve emotionele gevolgen en geven vaker aan dat online gedrag hun deelname aan online publieke ruimtes beïnvloedt.

Ook verschillen in digitale vaardigheden spelen een rol. Onderzoek naar mediawijsheid en digitale inclusie laat zien dat mensen met minder vertrouwen in hun digitale vaardigheden vaker moeite hebben om online grensoverschrijdend gedrag te herkennen, te melden of anderen aan te spreken³⁴. Tegelijkertijd blijkt uit de *Mediamonitor* van het Commissariaat voor de Media³⁵ dat ook gebruikers met veel online ervaring regelmatig geconfronteerd worden met verharding van omgangsvormen en polarisatie.

Tot slot blijkt uit het eerdergenoemde onderzoek *Van omstander naar 'upstander'* van Netwerk Mediawijsheid dat het gedrag van omstanders sterk varieert tussen groepen. In de rapportage wordt vastgesteld dat veel mensen online grensoverschrijdend gedrag wel waarnemen, maar dat slechts een deel actief ingrijpt. Factoren zoals onzekerheid over wat gepast is en twijfel over effectiviteit worden daarbij vaak genoemd. Deze bevindingen onderstrepen dat samen sociaal online voor verschillende groepen verschillende drempels kent en dat aandacht voor deze verschillen essentieel is bij het versterken van online sociale veiligheid.



³² *Online grensoverschrijdend gedrag. Waar ligt de grens voor jou?* (Netwerk Mediawijsheid, 2023)

³³ *Inzichten online haatspraak en discriminatie* (Kennisplatform Inclusief Samenleven, 2025)

³⁴ *Mediawijsheid: Conceptualisering en belang in een gemedieerde samenleving*. Lacunes in bestaand onderzoek en beleid. (Van Deursen, A.J.A.M. & Helsper, E.J., 2021)

³⁵ Editie 2021

5.4. Oplossingen

Een duurzame oplossing voor online grensoverschrijdend gedrag vereist een meerzijdige aanpak. Een effectieve strategie kan zich niet alleen op het individu richten, maar ook op de verantwoordelijkheid van sociale platforms en de rol van beleid en regulering. De volgende oplossingsrichtingen, gebaseerd op de onderzoeksresultaten, vormen samen een integraal plan van aanpak.

Het activeren van de omstander tot 'upstander', zoals voorgesteld in het onderzoek van Netwerk Mediawijsheid is een van de meest directe manieren om het online klimaat te verbeteren. Een individu kan op verschillende manieren pro-sociaal ingrijpen, bijvoorbeeld door het slachtoffer persoonlijk te steunen via een privébericht, zich publiekelijk uit te spreken tegen het grensoverschrijdende gedrag, of de situatie te melden bij het platform.

Als onderdeel van het 'upstander-onderzoek' zijn er observaties gedaan tijdens een theatervoorstelling voor jongeren (12-14 jaar). Uit die observaties blijkt dat zij zelf concrete oplossingen aandragen die zich richten op het creëren van een positievere omgeving, zoals het bewust verspreiden van positiviteit, het geven van complimenten en het investeren in een sterk offline sociaal vangnet. Educatieve interventies zouden zich, in lijn met de onderzoeksresultaten, moeten richten op het versterken van 'automatische motivatie' en het creëren van een positieve 'sociale gelegenheid'.

De verantwoordelijkheid ligt niet alleen bij de gebruiker. Maar liefst 55% van de Nederlanders vindt dat socialemediaplatforms meer moeten doen om sociaal gedrag aan te moedigen en asociaal gedrag tegen te gaan.

De maatschappelijke zorg over de impact van sociale media op jongeren heeft geleid tot een discussie over strengere regulering. Uit het Newcom-onderzoek blijkt dat bijna zes op de tien Nederlanders voorstander is van een verbod op sociale media voor kinderen onder de 16 jaar. De argumenten voor een dergelijk verbod zijn primair gericht op de bescherming van kinderen tegen schadelijke inhoud en de ongewenste sociale druk die platforms met zich meebrengen. Omgekeerd benadrukken tegenstanders dat een verbod kinderen een belangrijke leermogelijkheid ontnemt om op een veilige manier met digitale media om te gaan, en leggen zij de primaire verantwoordelijkheid voor toezicht bij de ouders. Deze discussie illustreert de complexiteit van het vraagstuk en de noodzaak om bescherming en digitale geletterdheid zorgvuldig tegen elkaar af te wegen.

De maatschappelijke zorg over de impact van sociale media op jongeren heeft geleid tot een discussie over strengere regulering.

5.5. Samenvatting

De bevindingen in dit rapport bevestigen dat online grensoverschrijdend gedrag een significant maatschappelijk probleem is in Nederland, met een diepe en meetbare impact op het welzijn van miljoenen burgers. De analyse van de onderliggende problematiek leidt tot de conclusie dat het bevorderen van een cultuur waarin pro-sociaal ingrijpen de norm is ('upstandergedrag'), de meest veelbelovende weg is.

Het veranderen van gedrag is echter geen eenvoudige opgave. Een duurzame oplossing vereist een gecoördineerde inspanning van individuele gebruikers, onderwijsinstellingen, socialemediaplatforms en de overheid. Experts zijn het er nog niet over eens of een verbod en een leeftijdsgrens zaligmakend zijn, duidelijk is wel dat normvervaging op de loer ligt als het gaat om de *online etiquette*.



5.6. Reflectie - Het belang van de opgave Samen Sociaal Online

Door Esther Rozendaal, Hoogleraar digitale weerbaarheid en veerkracht,
Erasmus Universiteit Rotterdam

De opgave *Samen Sociaal Online* is een urgente kwestie vanwege de verstrekkende gevolgen van grensoverschrijdend gedrag voor individuen, gemeenschappen en de samenleving als geheel. Op individueel niveau ervaren slachtoffers van grensoverschrijdend gedrag vaak ernstige psychische problemen, waaronder angst, depressie en zelfs zelfmoordgedachten. Studies hebben bijvoorbeeld aangetoond dat slachtoffers van cyberpesten vaker psychische problemen hebben dan mensen die niet het doelwit zijn. De anonimiteit van het internet verergert dit probleem, omdat daders zich gesterkt voelen om te handelen zonder bang te hoeven zijn voor verantwoordingsplicht, waardoor slachtoffers zich machteloos en geïsoleerd voelen.

Op gemeenschapsniveau ondermijnt grensoverschrijdend gedrag het gevoel van veiligheid en inclusiviteit dat online ruimtes juist zouden moeten bevorderen. Giftige online omgevingen ontmoedigen zinvolle participatie, met name onder gemarginaliseerde groepen die onevenredig vaak het doelwit zijn van haatzaaiende uitlatingen en intimidatie. Deze uitsluiting houdt ongelijkheid in stand en onderdrukt diverse perspectieven, die essentieel zijn voor een gezond publiek debat.

Daarnaast ondermijnt grensoverschrijdend gedrag de sociale cohesie binnen deze gemeenschappen. Het creëert een sfeer van wantrouwen en vijandigheid, waardoor mensen zich terugtrekken of zelfs helemaal stoppen met deelnemen aan online gesprekken. Dit is problematisch, omdat het internet juist bedoeld is om verbinding te faciliteren. Het herstellen van respect en vertrouwen in online gemeenschappen is essentieel om de positieve potentie van het internet te benutten.

Tot slot is een van de meest zorgwekkende aspecten van grensoverschrijdend gedrag online de invloed ervan op democratische processen. Online haat, desinformatie en polarisatie kunnen publieke discussies verstoren en de

Het herstellen van respect en vertrouwen in online gemeenschappen is essentieel om de positieve potentie van het internet te benutten.

meningsvorming van burgers beïnvloeden. Dit is vooral zichtbaar tijdens verkiezingen, wanneer trollen en bots worden ingezet om misleidende informatie te verspreiden en de publieke opinie te manipuleren. Democratieën zijn afhankelijk van een geïnformeerde en betrokken bevolking, en grensoverschrijdend gedrag online vormt een directe bedreiging voor deze fundamenteën.

Onbeantwoorde onderzoeksvragen

Wetenschappelijk onderzoek speelt een cruciale rol bij het begrijpen en aanpakken van grensoverschrijdend gedrag online. Door middel van interdisciplinair onderzoek kunnen wetenschappers inzichten bieden in de oorzaken, gevolgen en mogelijke interventies. Hoewel er de afgelopen jaren in door inzet van wetenschappelijk onderzoek aanzienlijke vooruitgang is geboekt in het begrijpen en aanpakken van online grensoverschrijdend gedrag, blijven er belangrijke vragen onbeantwoord. Deze vragen zijn essentieel om effectieve en duurzame oplossingen te ontwikkelen die rekening houden met de complexiteit van online interacties en de diversiteit van gebruikers. Hieronder worden deze onderzoeksvragen uitgebreider beschreven:

1. Wat motiveert grensoverschrijdend gedrag online?

Het begrijpen van de drijfveren achter grensoverschrijdend gedrag is een fundamentele stap in het aanpakken ervan. Dit omvat een diepgaande analyse van verschillende factoren:

Anonimiteit: Online platforms bieden vaak anonimiteit, wat kan leiden tot een verminderd gevoel van verantwoordelijkheid. Onderzoek moet zich richten op hoe anonimiteit mensen beïnvloedt en waarom dit hen ertoe aanzet om grenzen te overschrijden die ze offline niet zouden overschrijden.

Groepsdynamiek: In online gemeenschappen kunnen groepsdruk en het verlangen om erbij te horen grensoverschrijdend gedrag versterken. Het fenomeen van *echo chambers* en de versterking van extremistische ideeën binnen gesloten groepen vraagt om verdere studie.

Individuele psychologie: Persoonlijke factoren zoals frustratie, verveling, of een behoefte aan aandacht kunnen bijdragen aan grensoverschrijdend gedrag. Daarnaast kan het ontbreken van directe sociale consequenties online een rol spelen in het normaliseren van schadelijk gedrag.

Het onderzoeken van de wisselwerking tussen deze factoren kan helpen om gerichte interventies te ontwikkelen die de kern van het probleem aanpakken.

2. Hoe beïnvloeden culturele en maatschappelijke verschillen online gedrag?

Online platforms worden wereldwijd gebruikt door mensen met uiteenlopende culturele achtergronden, normen en waarden. Dit roept belangrijke vragen op over hoe deze verschillen grensoverschrijdend gedrag beïnvloeden:

Culturele normen: Wat in de ene cultuur als acceptabel wordt beschouwd, kan in een andere als schadelijk worden gezien. Onderzoek moet zich richten op hoe verschillende culturele perspectieven de perceptie van online gedrag beïnvloeden.

Maatschappelijke context: Factoren zoals economische ongelijkheid, politieke instabiliteit en sociale spanningen kunnen bijdragen aan de prevalentie van OASG in bepaalde regio's. Het is belangrijk om te begrijpen hoe deze contexten online interacties vormgeven.

Regionale oplossingen: Interventies moeten worden afgestemd op lokale behoeften en gevoeligheden. Bijvoorbeeld, een aanpak die werkt in Europa, kan niet zomaar worden toegepast in Azië of Afrika zonder rekening te houden met culturele en maatschappelijke verschillen.

Door deze aspecten te onderzoeken, kunnen onderzoekers oplossingen ontwikkelen die inclusiever en effectiever zijn in diverse contexten.



3. Wat is de rol van algoritmes in het versterken of verminderen van grensoverschrijdend gedrag?

Algoritmes spelen een centrale rol in hoe mensen online informatie consumeren en met elkaar omgaan. Er zijn echter nog veel vragen over hun impact op grensoverschrijdend gedrag:

Aanbevelingssystemen: Algoritmes die content aanbevelen, kunnen schadelijke inhoud versterken door gebruikers steeds extremere of polariserende berichten te tonen. Onderzoek moet zich richten op hoe deze systemen werken en hoe ze kunnen worden aangepast om grensoverschrijdend gedrag te verminderen.

Contentmoderatie: Automatische moderatietools, zoals AI-systemen, hebben potentieel om grensoverschrijdende inhoud te detecteren en te verwijderen. Maar hoe effectief zijn deze tools, en hoe kunnen ze worden verbeterd om zowel accuraat als ethisch verantwoord te zijn?

Transparantie: Veel algoritmes opereren in een *black box*, wat betekent dat gebruikers en onderzoekers vaak niet weten hoe beslissingen worden genomen. Meer onderzoek naar transparantie en verantwoording is nodig om vertrouwen in deze technologieën te vergroten.

Het begrijpen van de rol van algoritmes is cruciaal om ervoor te zorgen dat technologieën bijdragen aan een veiligere en socialere online omgeving.

4. Hoe kunnen interventies vrijheid van meningsuiting in balans brengen met de behoefte aan veiligheid?

Het vinden van een balans tussen het beschermen van vrijheid van meningsuiting en het waarborgen van een veilige en sociale online omgeving is een van de meest uitdagende vraagstukken in de digitale wereld. Dit vraagstuk omvat meerdere dimensies:

Grens tussen vrijheid en schade: Vrijheid van meningsuiting is een fundamenteel recht, maar dit recht kan botsen met de noodzaak om gebruikers te beschermen tegen grensoverschrijdend gedrag, zoals haatzaaien, intimidatie of desinformatie. Onderzoek moet zich richten op hoe deze grens kan worden vastgesteld en hoe deze verschilt per context, zoals politieke discussies, sociale interacties of culturele gevoeligheden.

Transparantie en verantwoording: Gebruikers hebben vaak weinig inzicht in hoe beslissingen over contentmoderatie worden genomen. Dit gebrek aan transparantie kan leiden tot wantrouwen in platforms en hun beleid. Onderzoek naar manieren om moderatieprocessen transparanter en inclusiever te maken, kan bijdragen aan een betere balans tussen vrijheid en veiligheid.

Ethiek en technologie: Technologieën zoals kunstmatige intelligentie (AI) spelen een steeds grotere rol in contentmoderatie. Het is belangrijk om te onderzoeken hoe deze technologieën ethisch verantwoord kunnen worden ingezet, zodat ze niet alleen effectief zijn, maar ook recht doen aan de rechten van gebruikers. Het vinden van deze balans vereist een multidisciplinaire aanpak, waarbij juridische, ethische, technologische en maatschappelijke perspectieven samenkomen.



5. Wat zijn de langetermijneffecten van blootstelling aan grensoverschrijdend gedrag online?

Hoewel er al veel aandacht is voor de directe gevolgen van grensoverschrijdend gedrag online, zoals cyberpesten of haatzaaien, blijven de langetermijneffecten grotendeels onderbelicht. Deze effecten kunnen zowel individuen als de samenleving als geheel beïnvloeden:

Psychologische impact op individuen: Blootstelling aan grensoverschrijdend gedrag, zoals online intimidatie, bedreigingen of discriminatie, kan langdurige psychologische gevolgen hebben. Denk hierbij aan verhoogde stressniveaus, angststoornissen, depressie of een verminderd gevoel van eigenwaarde. Onderzoek moet zich richten op hoe deze effecten zich op langere termijn ontwikkelen en hoe ze kunnen worden geminimaliseerd.

Sociale isolatie en terugtrekking: Slachtoffers van grensoverschrijdend gedrag kunnen zich terugtrekken uit online gemeenschappen of zelfs uit sociale interacties in het algemeen. Dit kan leiden tot een gevoel van eenzaamheid en een verminderde participatie in de samenleving. Het is belangrijk om te begrijpen hoe deze processen werken en hoe slachtoffers beter ondersteund kunnen worden.

Polarisatie en maatschappelijke fragmentatie: Op collectief niveau kan grensoverschrijdend gedrag bijdragen aan polarisatie en het versterken van wij-zij-denken. Dit kan leiden tot een afname van sociale cohesie en een toename van spanningen binnen gemeenschappen. Onderzoek moet zich richten op hoe deze dynamieken ontstaan en hoe ze op de korte en langere termijn kunnen worden tegengegaan.

Inzicht in de langetermijneffecten van grensoverschrijdend gedrag online is essentieel om zowel individuen als de samenleving te beschermen, sociale cohesie te bevorderen en een gezonde digitale toekomst te waarborgen.





6. Weerbaarheid tegen desinformatie

6.1. Inleiding

In de huidige digitale samenleving is weerbaarheid tegen desinformatie niet langer een abstracte zorg, maar een acute noodzaak. De toenemende snelheid waarmee informatie wordt gecreëerd en gedeeld, vormt een systemische bedreiging voor fundamentele democratische functies en de sociale cohesie. Vooral de informatiepositie van de burger staat sterk onder druk. Het is steeds lastiger om een oordeel te vormen op basis van betrouwbare informatie die vrij is van misleiding en manipulatie. Desinformatie en schadelijke *narratieven* die polarisatie, discriminatie of extremisme versterken, worden mede door AI helaas steeds overtuigender.

Netwerk Mediawijsheid wil daarom dat burgers mediawijs kunnen navigeren in het informatielandschap dat zo is ingericht, dat betrouwbare informatie die burgers goed bereikt en schadelijke content wordt tegengegaan. Het netwerk werkt hiervoor nauw samen met partijen als BENEDMO en wordt het project *Dichterbijnieuws* voortgezet met onder meer de Week van het Nieuws en een educatieve werkgroep.

In dit laatste deel van het rapport maken we een analyse van de onderzoeken en studies waardoor een gestructureerd overzicht van de problematiek ontstaat. Het benadert de complexe realiteit van desinformatie vanuit verschillende invalshoeken zoals de definitie, verspreiding, risico's en gevaren voor de samenleving. Uiteraard wordt er ook gekeken naar mogelijkheden om de weerbaarheid tegen desinformatie te vergroten. Vooral bij de kwetsbare doelgroepen.



Het is steeds lastiger om een oordeel te vormen op basis van betrouwbare informatie die vrij is van misleiding en manipulatie.

6.2. Vormen, technologie en risico's

Om de problematiek van desinformatie effectief te kunnen benoemen, is een helder begrip van de verschillende verschijningsvormen, de technologische aanjagers en de maatschappelijke risico's essentieel. Dit hoofdstuk analyseert deze drie componenten om een gedetailleerd beeld te schetsen van het huidige desinformatielandschap. We maken onderscheid tussen commercieel en politiek gedreven desinformatie, onderzoeken de technologieën die de productie en verspreiding faciliteren, en evalueren de impact op het publieke debat en de democratie.

Vormen van desinformatie

Desinformatie is geen eendimensionaal fenomeen. De motivatie achter de creatie en verspreiding ervan is divers. Op basis van twee verschillende bronnen kan een fundamenteel onderscheid worden gemaakt tussen commercieel gedreven en politiek of ideologisch gemotiveerde desinformatie:



- **Commercieel gedreven desinformatie:**

Vaak aangeduid als *junk news* of *clickbait*, heeft als primair doel het genereren van advertentie-inkomsten. Deze berichten gebruiken sensationele of emotioneel geladen koppen om gebruikers te verleiden door te klikken naar websites vol advertenties³⁶. Volgens het Rathenau Instituut³⁷ in *Digitalisering van het nieuws* is dit in Nederland de meest voorkomende vorm van desinformatie. De studie naar *junk news* op Facebook bevestigt dat deze vorm zich richt op een breed publiek en significant meer gebruikersinteracties (reacties, commentaren, shares) kan genereren dan gevestigde nieuwsmedia. De focus ligt hier niet op het overtuigen, maar op het maximaliseren van bereik en de daaruit voortvloeiende inkomsten. Maar denk ook aan medische desinformatie waar influencers geld mee verdienen door de verkoop van supplementen of andere producten. Soms zijn influencers overtuigd van de waarheid van hun informatie.

³⁶ *The reach of commercially motivated junk news on Facebook* (Burger, Kanhai, Pleijter & Verberne, 2019)

³⁷ *Digitalisering van het nieuws* (Rathenau Instituut, 2018)

- **Ideologisch of politiek gemotiveerde desinformatie:**

Heeft als doel het beïnvloeden van de publieke opinie, het aanwakkeren van polarisatie of het ondermijnen van vertrouwen in instituties. In tegenstelling tot commerciële junk news, richt deze vorm zich vaak op specifieke, reeds gepolariseerde groepen.

- **Misinformatie:**

Hierbij is de gegeven informatie ook niet juist, maar wordt deze niet opzettelijk verspreid. Misinformatie heeft aanvankelijk geen commercieel en/of politiek doel.

De eerste twee vormen van desinformatie zijn kwalijk en vereisen een gedifferentieerde beleidsaanpak. Daar waar het commerciële junk news een kwantitatief probleem van ruis en vervuiling van het informatie-ecosysteem vormt is de politieke desinformatie een kwalitatieve, gerichte aanval op democratische processen.

Productie en verspreiding

De snelheid en schaal waarop desinformatie wordt gecreëerd en verspreid, is onlosmakelijk verbonden met technologische vooruitgang. Zowel de productie als de distributie van misleidende content wordt door nieuwe technologieën vereenvoudigd en geautomatiseerd.

Een reeks opkomende technologieën, veelal gebaseerd op kunstmatige intelligentie, maakt de productie van steeds geavanceerdere en overtuigendere desinformatie mogelijk. Het rapport *Digitale dreigingen voor de democratie*³⁸ identificeert de volgende technologieën:

- **Tekstsynthese:**

Algoritmes die in staat zijn om zelfstandig leesbare en logisch lijkende (nieuws) berichten te genereren. Hiermee kunnen op grote schaal geautomatiseerde artikelen, socialemediaberichten of commentaren worden geproduceerd.

- **Voice cloning:**

Technologie die het mogelijk maakt om met behulp van korte audiofragmenten de stem van een persoon te klonen en te gebruiken voor de creatie van gemanipuleerde spraakberichten.

Het is steeds lastiger om een oordeel te vormen op basis van betrouwbare informatie die vrij is van misleiding en manipulatie.

³⁸ *Digitale dreigingen voor de democratie* (Rathenau Instituut, 2020)

- **Beeldsynthese en deepfakes:**

Het met kunstmatige intelligentie genereren of aanpassen van video- en beeldmateriaal. Met deepfake-technologie kunnen gezichten van personen in video's worden vervangen, waardoor het lijkt alsof zij uitspraken doen of handelingen verrichten die nooit hebben plaatsgevonden.

- **Augmented/virtual reality en avatars:**

Presenteren van informatie in een virtuele omgeving;

- **Memes:**

Afbeeldingen ontworpen om op grote schaal te worden gedeeld op sociale media.

Volgens hetzelfde rapport van het Rathenau Instituut wordt naast de productie ook de verspreiding van desinformatie technologisch versterkt, waardoor specifieke doelgroepen efficiënt en op grote schaal bereikt kunnen worden. Denk hierbij aan:

- **Socialemediaplatforms en aanbevelingsalgoritmes:**

Platforms als Facebook, X en TikTok functioneren als krachtige distributiekanaalen. Hun aanbevelingsalgoritmes, ontworpen om de betrokkenheid van gebruikers te maximaliseren, kunnen onbedoeld de zichtbaarheid van sensationele of polariserende desinformatie vergroten.

- **Micro-targeting en psychographing:**

Deze advertentietechnologieën stellen verspreiders van desinformatie in staat om specifieke doelgroepen met op maat gemaakte boodschappen te bereiken. *Psychographing* is een geavanceerde vorm hiervan, waarbij wordt ingespeeld op de persoonlijkheidskenmerken van een doelgroep om de beïnvloeding te maximaliseren.

- **Bots en chatapps:**

Geautomatiseerde socialemedia-accounts, of *bots*, worden ingezet om de populariteit van een boodschap kunstmatig te vergroten door deze massaal te 'liken' en te delen. Daarnaast bieden besloten kanalen, zoals groepen op WhatsApp of Telegram, een omgeving waarin desinformatie zich ongehinderd en zonder tegenspraak kan verspreiden.

6.3. Gevolgen voor de samenleving

De gevaren van desinformatie richten zich vooral op het schade toebrengen aan het publieke debat, democratische processen, de open economie of zelfs de nationale veiligheid. In het tijdperk van digitale en sociale media kan onjuiste informatie sneller en verder worden verspreid dan voorheen. Dit fenomeen vormt een groeiend maatschappelijk probleem, waarbij de mogelijke gevaren een ondermijning van de democratie en polarisatie in de samenleving omvatten. Maar liefst 82% van de Nederlanders ziet desinformatie als een bedreiging voor het functioneren van de democratie en de rechtsstaat³⁹.

Volgens de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (WRR) ondermijnt de aanwezigheid van des- en misinformatie niet alleen de informatiepositie van burgers maar veroorzaakt het ook tal van effecten zoals institutioneel wantrouwen, cynisme en nieuwe mogelijkheden voor kwaadwillenden om democratische instituties te ondermijnen⁴⁰.

Technologische ontwikkelingen, zoals generatieve kunstmatige intelligentie, maken de productie van gefabriceerde informatie steeds eenvoudiger en voor burgers lastiger te detecteren. Vooral kwetsbare groepen, waaronder ouderen, lager opgeleiden en laaggeletterde mensen, lopen een verhoogd risico door een gebrek aan kritische informatievaardigheden. Het tegengaan van de invloed van desinformatie vereist daarom het versterken van mediawijsheid, gericht op bewustzijn, kennis en handelingsperspectief⁴¹.

Maar liefst 82% van de Nederlanders ziet desinformatie als een bedreiging voor het functioneren van de democratie en de rechtsstaat.

³⁹ *Digitale dreigingen voor de democratie* (Rathenau Instituut, 2020)

⁴⁰ *Aandacht voor media. Naar nieuwe waarborgen voor hun democratische functies* (WRR, 2024)

⁴¹ *Grip op informatie: hoe we laaggeletterde mensen weerbaarder willen maken tegen desinformatie* (BENDEDMO/Netwerk Mediawijsheid, 2024)

6.4. Kwetsbare doelgroepen

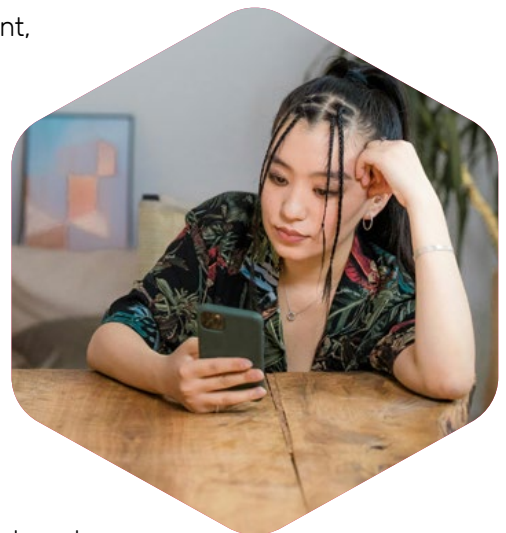
De in de vorige paragraaf geschetste risico's treffen niet alle burgers in gelijke mate. Demografische kenmerken, mediagebruik en sociale context spelen een cruciale rol in hoe burgers online informatie consumeren en beoordelen. Het identificeren van specifieke doelgroepen die extra kwetsbaar zijn, of die op een unieke manier met de online informatieomgeving omgaan, is essentieel voor de ontwikkeling van gerichte en effectieve interventies

Jongeren en de online informatieomgeving

Jongeren nemen een bijzondere positie in binnen het digitale informatielandschap. Voor hen zijn sociale media een primaire informatiebron, waar nieuws zich vermengt met entertainment, meningen en persoonlijke verhalen van influencers. Deze geconvergeerde omgeving vraagt om specifieke vaardigheden om de aard en betrouwbaarheid van informatie te kunnen duiden⁴². Denk hierbij aan bronnenonderzoek, triangulatie (meerdere bronnen raadplegen), kennis van werking van algoritmen en vooral ook kritisch kunnen denken⁴³.

Het *Jongeren Online!*-project⁴⁴ bracht jaren geleden al de specifieke online risico's voor jongeren in kaart en onderscheidde daarbij drie categorieën:

- **Contentrisico's:** blootstelling aan ongeschikte inhoud, zoals desinformatie, geweld of pornografie.
- **Contactrisico's:** het slachtoffer worden van ongewenst contact, zoals online pesten of *grooming*⁴⁵.
- **Conductrisico's:** zelf ongepast gedrag vertonen, zoals het pesten van anderen of het plaatsen van schadelijke content.



⁴² *Wetenschappelijk onderzoek rond nieuwswijsheid in beeld* (Beeld & Geluid/Netwerk Mediawijsheid, 2025)

⁴³ *Weerbaarheid tegen desinformatie* (BENDEMO en Netwerk Mediawijsheid, 2023)

⁴⁴ *Jongeren Online!* (Symons, Ponnet, Walrave & Heirman, 2017)

⁴⁵ *Grooming* is het proces waarbij een volwassene doelbewust en vaak stap voor stap het vertrouwen wint van een minderjarige (online of offline) met als einddoel seksueel misbruik. Het gebeurt meestal via sociale media, chatapps, gamingplatforms of andere online omgevingen waar jongeren actief zijn.

Zelfperceptie en oordeel over anderen

Een opvallende bevinding uit het nepnieuws-onderzoek van Netwerk Mediawijsheid uit 2021⁴⁶ is de discrepantie tussen de zelfperceptie van Nederlanders en hun inschatting van anderen. Een meerderheid van 58% van de Nederlanders acht zichzelf in staat om nepnieuws te herkennen, terwijl slechts 21% gelooft dat 'de gemiddelde Nederlander' daartoe in staat is. Dit fenomeen, waarbij men de eigen vaardigheden hoger inschat dan die van anderen, is sterker aanwezig bij hoogopgeleiden en jongeren in de leeftijdscategorie 18-29 jaar. Deze overschatting van de eigen weerbaarheid kan een kwetsbaarheid op zich vormen, omdat het kan leiden tot verminderde alertheid.

Overschatting van de eigen weerbaarheid kan een kwetsbaarheid op zich vormen, omdat het kan leiden tot verminderde alertheid.

Onderbelichte kwetsbare groepen

Hoewel veel onderzoek zich richt op jongeren, signaleert de meta-studie *Mediawijsheid onderzoek onder de loep*⁴⁷ dat andere kwetsbare groepen vaak onderbelicht blijven. Met name maatschappelijk kwetsbare groepen⁴⁸ en ouderen worden in onderzoek naar mediawijsheid onvoldoende meegenomen, terwijl juist zij mogelijk extra ondersteuning nodig hebben om weerbaar te zijn in de digitale samenleving. De identificatie van deze kwetsbaarheden en uiteenlopende percepties vormt de onmisbare basis voor de volgende stap: het inventariseren van effectieve oplossingen.

⁴⁶ *Nepnieuws* (NoTies, Dennis van de Berg en Irma Doze, 2021)

⁴⁷ *Mediawijsheid onder de loep* (Erasmus Universiteit Rotterdam, 2021)

⁴⁸ Lage sociaaleconomische positie, fysieke en/of mentale beperkingen, digibeten en etnische groepen of vluchtelingen

6.5. Oplossingen

De complexiteit van desinformatie vereist een gedifferentieerde aanpak waarin verschillende partijen hun verantwoordelijkheid nemen. Effectieve bestrijding is niet afhankelijk van één enkele oplossing, maar van een gecoördineerde inzet op het niveau van het individu, de technologieplatforms, de journalistiek en de overheid. We zagen zo'n geïntegreerde aanpak eerder bij de oplossingen voor de andere maatschappelijke opgaven.

Versterken van individuele weerbaarheid

De eerste verdedigingslinie tegen desinformatie is de burger zelf. Het verhogen van de individuele weerbaarheid door het bevorderen van mediawijsheid en specifiek nieuwswijsheid is daarom van cruciaal belang. Mediawijsheid omvat de brede set aan vaardigheden om media te begrijpen en kritisch te gebruiken, terwijl nieuwswijsheid zich specifiek richt op het evalueren van nieuws en het begrijpen van journalistieke processen.



Een concrete en effectieve strategie om weerbaarheid te verhogen is gebaseerd op de *Inoculation Theory* (inentingstheorie). Deze theorie stelt dat mensen, net als bij een medisch vaccin, weerbaar gemaakt kunnen worden tegen manipulatie door hen vooraf in een gecontroleerde dosis bloot te stellen aan de technieken die misleiders gebruiken. Door burgers te leren hoe manipulatietechnieken werken, zijn zij beter in staat deze in de praktijk te herkennen en te weerstaan⁴⁹.

Een interessante parallel kan worden getrokken met *advertising literacy* (reclamewijsheid), met name bij jongeren. Onderzoek⁵⁰ naar *influencer marketing* toont aan dat jongeren *cued processors* zijn. Ze hebben een externe prikkel of cue nodig om hun kennis over beïnvloeding te activeren. Een simpele waarschuwing voorafgaand aan een gesponsorde video fungeert als zo'n cue. Het activeert hun *persuasion knowledge* (kennis van overtuigingsstechnieken) en leidt tot een kritischer houding. Deze bevinding impliceert dat interventies tegen desinformatie, vergelijkbaar met reclameregels, effectiever worden wanneer ze proactief cues integreren om de kritische alertheid van de informatieconsument te activeren.

⁴⁹ *Wetenschappelijk onderzoek rond nieuwswijsheid in beeld* (Beeld & Geluid en Netwerk Mediawijsheid, 2025)

⁵⁰ *This Post Is Sponsored: Effects of Sponsorship Disclosure on Persuasion Knowledge and Electronic Word of Mouth in the Context of Facebook* (Boerman, Willemsen & van der Aa, 2017)

Maatregelen op platformniveau

Technologieplatforms hebben een sleutelpositie in de verspreiding van informatie en dragen daarmee een grote verantwoordelijkheid. Onder druk van de publieke opinie, beleidsmakers en recentelijk ook Europese wetgeving (Digital Services Act) zijn vanuit de platforms diverse maatregelen genomen, zoals opgetekend door het Rathenau Instituut (2018, 2020). Dit betreft onder andere het samenwerken met factcheckers, het toevoegen van waarschuwingslabels bij berichten, het verwijderen van nepaccounts en het bieden van transparantie over aanbevelingsalgoritmes.

Ten aanzien van de samenwerking met factcheckers maakte Meta (Facebook, Instagram, Threads en Whatsapp) in januari 2025 bekend dat het in de Verenigde Staten is gestopt met zo'n samenwerking. In plaats daarvan kunnen gebruikers nu opmerkingen plaatsen als zij vinden dat iets niet klopt. X werkt onder de naam Community Notes al langer met een dergelijk systeem. Meta stopte de samenwerking met factcheckers omdat zij politiek gekleurd zouden zijn.

Onder druk van de publieke opinie, beleidsmakers en recentelijk ook Europese wetgeving zijn vanuit de platforms diverse maatregelen genomen.

De rol van journalistiek en overheid

Ook de traditionele journalistiek en de overheid hebben een belangrijke rol in het versterken van het informatie-ecosysteem. De journalistiek kan bijdragen aan het herstellen van vertrouwen en het vergroten van nieuwswijsheid door transparanter te zijn over haar werkwijze. Volgens professor doctor Yaël de Haan moeten journalisten *publiekswijzer* worden, meer inzicht tonen in de belevingswereld van het publiek en uitleggen hoe journalistieke keuzes tot stand komen⁵¹.

De overheid heeft een scheppende en stimulerende rol. Dit omvat het bevorderen van *technologisch burgerschap* en het investeren in mediawijsheid voor burgers van alle leeftijden, zowel binnen als buiten het onderwijs⁵². Daarnaast kan de overheid, eventueel in Europees verband, een cruciale rol spelen door bij platforms aan te dringen op het toegankelijk maken van data voor onafhankelijk onderzoek. Dit is essentieel om de effecten van desinformatie en de werking van algoritmes goed te kunnen bestuderen en op basis daarvan effectief beleid te ontwikkelen⁵³.

⁵¹ *Wetenschappelijk onderzoek rond nieuwswijsheid in beeld* (Beeld & Geluid en Netwerk Mediawijsheid, 2025)

⁵² *Digitale dreigingen voor de democratie* (Rathenau Instituut, 2020)

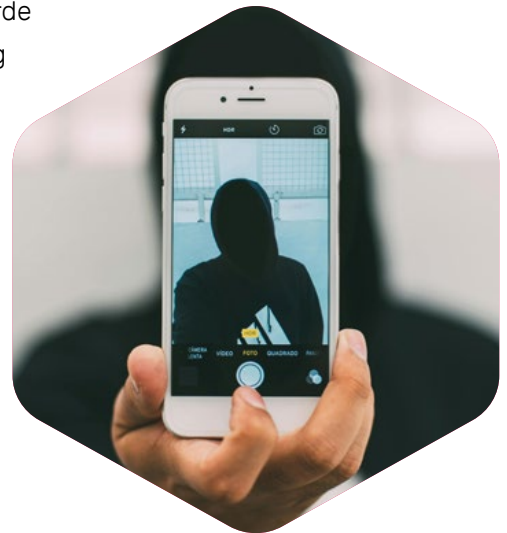
⁵³ *Digitalisering van het nieuws – Online nieuwsgedrag, desinformatie en personalisatie in Nederland*.

6.6. Samenvatting

Desinformatie vormt een complex en voortdurend evoluerend probleem dat diep ingrijpt op het publieke debat en het functioneren van de democratie. Dit hoofdstuk heeft op basis van de diverse onderzoeken de belangrijkste risico's, kwetsbare doelgroepen, technologische ontwikkelingen en mogelijke oplossingsrichtingen geïnterpreteerd. De analyse toont aan dat de dreiging niet eenduidig is, maar uiteenvalt in verschillende vormen met elk hun eigen drijfveren en doelgroepen, van commercieel gedreven *clickbait* tot politiek gemotiveerde campagnes.

Technologieën zoals deepfakes, voice cloning en geavanceerde micro-targeting maken de productie en gerichte verspreiding van overtuigende desinformatie steeds toegankelijker en effectiever. Dit creëert een haast onmogelijke wedloop, waarbij het detecteren en bestrijden van misleiding vaak achterloopt op de mogelijkheden om deze te creëren. Tegelijkertijd is de impact van desinformatie sterk afhankelijk van de context en de kwetsbaarheid van specifieke groepen, zoals jongeren in hun online informatieomgeving en burgers die hun eigen vaardigheden om nepnieuws te herkennen overschatten.

De overkoepelende conclusie is dat het bestrijden van desinformatie een gedeelde verantwoordelijkheid is die een gecoördineerde en gedifferentieerde aanpak vereist. De (snelheid van de) technologische vooruitgang vraagt om continue investeringen in de weerbaarheid van burgers via media- en nieuwswijsheid, het aanspreken van technologieplatforms op hun maatschappelijke verantwoordelijkheid, het versterken van de rol van kwaliteitsjournalistiek en het scheppen van de juiste randvoorwaarden door de overheid, met name op het gebied van transparantie en data-toegang voor onderzoek. Hoewel alle lagen van deze aanpak noodzakelijk zijn, ligt de meest schaalbare en direct beïnvloedbare actie voor overheidsbeleid in het afdwingen van platformtransparantie, omdat dit de voorwaarden schept voor effectief onderzoek, toezicht en de ontwikkeling van gerichte interventies op alle andere niveaus.

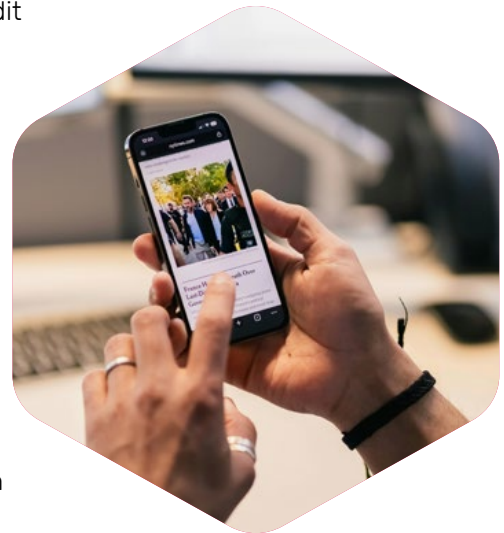


6.7. Reflectie - Weerbaarheid tegen desinformatie

Door Deike Schulz, Lector Organisaties en Sociale Media, NHL Stenden Hogeschool

Waarom is weerbaarheid tegen desinformatie eigenlijk een belangrijke maatschappelijke opgave, en hoe kan onderzoek helpen om die opgave te lijf te gaan? Waar zitten de hiaten en wat kunnen wij in de toekomst verwachten?

Grip op desinformatie is een *hot* thema. Het lijkt alsof wij op dit moment in een stroomversnelling terecht zijn gekomen, mede aangewakkerd door de snelle ontwikkeling van AI-technologieën die bijdragen aan de productie en verspreiding van desinformatie (en daaropvolgend misinformatie) op zeer grote schaal. Geen dag gaat voorbij waarop we de krant openslaan, het nieuws lezen, beluisteren of bekijken, zonder voorbeelden tegen te komen van de ontwrichtende effecten van desinformatie op mens en maatschappij. Maar hoe hopeloos is de situatie eigenlijk? En hoe krijg je grip in tijden waarin ook onderzoekers soms het idee hebben continu achter de feiten aan te lopen?



Een blinde vlek in onderzoek en interventies

Zoals in het hoofdstuk geschetst, moeten we een balans (onder)zoeken tussen de rollen van platformorganisaties en burgers, in het bijzonder kwetsbare groepen. Uit recent onderzoek dat wij voor de Koninklijke Bibliotheek en het SIDN-fonds uitvoerden^[1] naar het bestaande interventieaanbod voor specifieke doelgroepen in Nederland, bleek dat onze aandacht nu vooral uitgaat naar kinderen en jongeren, terwijl er weinig aanbod is voor maatschappelijk kwetsbare doelgroepen. Hebben we hier te maken met een blinde vlek? Daarnaast rijst de vraag hoe experts, zoals mediacoaches, beter ondersteund kunnen worden bij het vinden en selecteren van passende interventies.

Een integrale strategie met ruimte voor eigen inbreng

In een ander project, getiteld *Getting a Grip on Disinformation: From Distrust to Trust in Learning Communities*^[2] (what's in a name!), stond een aanpak centraal waarbij mensen met verschillende achtergronden in een learning community, zowel offline als online, onderzoek deden om desinformatie te ontmaskeren. Belangrijk hierbij was dat de deelnemers hun eigen regels en afspraken ontwikkelden over welk onderwerp werd onderzocht, welke methoden werden gebruikt en of, en zo ja hoe, bevindingen werden gedeeld met derden. Vanaf 2025 wordt dit project vertaald naar een brede aanpak in het hoger onderwijs, waarbij studenten in een living lab zelfgekozen vraagstukken onderzoeken, individueel én in groepsverband, en gezamenlijk aan de slag gaan tijdens factcheck-marathons in verkiezingstijden^[3], in samenwerking met journalistiek en regionale media. Deze projecten vormen al een opmaat naar de 'integrale strategie' die in het hoofdstuk wordt genoemd: dus scholing van vaardigheden, maar vooral ook het duurzaam inbedden van kennisontwikkeling op basis van behoeften, interesses en beschikbaarheid van burgers. Dat betekent trouwens niet dat het om puur maatwerk hoeft te gaan; learning communities kunnen interdisciplinair worden ingericht voor verschillende groepen burgers.



De invloed van offline gesprekken bij de verspreiding van desinformatie

Een ander belangrijk aspect is dat we ons beter moeten realiseren (en hier meer onderzoek naar moeten doen) hoe desinformatie zich niet alleen online verspreidt, maar ook sterk doorwerkt in offline interacties, denk aan gesprekken tussen vrienden, burens, mensen in verenigingen of sportclubs. Deze gesprekken kunnen door onderlinge polarisatie kwetsbaar worden. Wie heeft bijvoorbeeld het lef om in een zwem- of voetbalclub een teamgenoot tegen te spreken die informatie deelt, die klaarblijkelijk nep is? Of een pleidooi gaat houden voor de voordelen van Signal boven WhatsApp? Desinformatie is dus zeker geen eendimensionaal fenomeen. Onderschat de kracht van offline gesprekken tussen mensen niet bij de verspreiding van desinformatie. Wat wij soms over het hoofd zien, is dat misinformatie ook offline kan ontstaan (en vervolgens weer online terecht kan komen), vooral wanneer de kern van de desinformatie emoties raakt, een mening bevestigt of een overtuiging versterkt.

Best practices over wat er wel (en niet) goed gaat in de influencer economie

De rol van influencers bij de verspreiding van desinformatie wordt terecht genoemd. Op het gebied van influenceronderzoek (zowel wetenschappelijk als journalistiek) zou niet alleen gekeken moeten worden naar wat er misgaat, maar ook naar wat er goed gaat. Helaas zien we nu vooral voorbeelden langskomen onder de noemer *The Bad and the Ugly*, terwijl er óók een grote groep contentmakers is die veel aandacht besteedt aan verantwoord influenzen, of simpelweg niet goed weet welke richtlijnen gevolgd moeten worden. Ik nodig collega's daarom ook uit om meer case study onderzoek te verrichten waarin belicht wordt wat wel (en niet) goed gaat.

Creatie en productie van desinformatie met behulp van (opkomende) technologieën zullen de komende jaren zeker sneller en eenvoudiger worden, waarbij ook de verspreiding toeneemt. Wat we hierbij wederom over het hoofd zien, is dat niet alleen technologie hierin een rol speelt, maar ook hoe gebruikers nieuwe afspraken en *rituelen* ontwikkelen die vervolgens trends creëren waarmee desinformatie (en misinformatie) wordt verspreid. Het is dus niet alleen afhankelijk van technologie. MEMES kunnen bijvoorbeeld om uiteenlopende redenen viraal gaan, door in te zetten op *rage bait*, maar ook doordat gebruikers (bijvoorbeeld jongeren) samen een trend creëren, zoals *67*, waarmee enorme reikwijdte ontstaat.

Mediawijsheid als onderdeel van dagelijkse routines

Oplossingen zijn inderdaad te vinden bij de burger zelf, in combinatie met duidelijke richtlijnen op Europees niveau. De burger is dus aan zet. De vraag is alleen: hoe en waar? Hoe bevorderen we weerbaarheid, zodat ook maatschappelijk kwetsbare doelgroepen en ouderen de noodzaak [4](en wellicht ook het plezier) ervaren om zich dieper met mediawijsheid bezig te houden? Wat mij betreft horen ouders van jonge kinderen en jongvolwassenen hier eveneens bij. Want eerlijk is eerlijk: beïnvloeding door algoritmes en doomscrolling treft niet alleen kinderen en jongeren, ouders hebben hier net zo goed 'last' van. Daarom is het belangrijk dat álle burgers de mogelijkheid krijgen om, vanuit hun eigen capaciteiten, interesses, beschikbare tijd en dagelijkse routines, vaardigheden te ontwikkelen die hun weerbaarheid op verschillende niveaus versterken. Dat betreft dus niet alleen kritische vaardigheden in het herkennen van desinformatie, maar ook reflectie op eigen gedrag én het vermogen om in een dagelijkse setting open gesprekken te voeren over weerbaarheid.

Oplossingen zijn inderdaad te vinden bij de burger zelf, in combinatie met duidelijke richtlijnen op Europees niveau.

Is er ook een positieve kant aan desinformatie?

De vraag is bovendien of we desinformatie altijd moeten blijven identificeren als iets waar automatisch een dreiging van uitgaat. Moeten wij altijd uitgaan van een worst-case scenario? Onderzoek[5] laat zien dat mensen die getraind worden in nieuwswijsheid ook twijfels kunnen krijgen, of zelfs cynisme ontwikkelen, ten aanzien van informatie van gevestigde nieuwsmedia. Daarmee wil ik niet pleiten voor minder training, maar het roept een interessante onderzoeksvraag op: wat gebeurt er als we niet alleen risico's aanwijzen, maar ons ook afvragen welke positieve effecten het kan hebben om vaardigheden te ontwikkelen die bijdragen aan online weerbaarheid?

Social washing van social media

En niet te vergeten: we moeten doorgaan met het invoeren van maatregelen op platformniveau, óók ten aanzien van influencers. Platformorganisaties moeten duidelijke regels hanteren om desinformatie te monitoren, onder gebruikers én influencers. Ook moeten er Europese richtlijnen komen voor het oormerken van influencers en influencercontent, die platformorganisaties integraal toepassen en handhaven. Denk hierbij ook aan het onderscheid tussen menselijke influencers en virtuele influencers, die momenteel vaak niet verplicht zijn om accounts te oormerken. Er is een begin gemaakt met de *Influencer Legal Hub*[6] in 2023, dat smaakt naar meer.

Maar er is meer aan de hand. Tot nu toe blijken maatregelen nog geen duidelijke effecten te hebben. Er is een kat-en-muisspel gaande tussen overheden, gebruikersorganisaties en platformen over wat er wel en niet gebeurt om burgers te beschermen tegen desinformatie. Dat is jammer. We zijn in een tijdperk van *social washing van social media* beland, waarbij platformen enkele benchmarks of voorbeelden aandragen om te laten zien dat ze 'goed bezig zijn', terwijl onderzoek keer op keer laat zien dat er weinig echte verandering plaatsvindt.



Kansen en uitdagingen voor de journalistieke praktijk; minder sensatie, meer informatie

Tegelijkertijd zijn er ook kansen voor de toekomst, vooral voor de journalistieke praktijk. De vraag is onder welke druk nieuwsorganisaties nu staan om brede doelgroepen te blijven bereiken (denk aan jongeren, die steeds minder kranten lezen maar wél NOS Stories volgen). Daarnaast ervaren nieuwsorganisaties een *bovendruk* door sociale media, waar algoritmes *rage bait* pushen. Betekent dit dat

er vaker gekozen moet worden voor sensatie in plaats van informatie? Toch ligt er een enorme kans voor de journalistiek: door de komst van AI en de versmelting van AI met desinformatie en misinformatie zullen burgers, jong en oud, opnieuw actief op zoek gaan naar betrouwbare nieuwsaanbieders. Dit biedt grote kansen. Bovendien is het belangrijk dat professionele journalisten zich verdiepen in nieuwe vormen van journalistiek, zoals opgeleide *newsinfluencers*, zoals de NOS[7] en de Duitse Tagesschau[8] die al inzetten in hun social mediakanalen. En last but not least: ook op Europees niveau gebeurt steeds meer, denk aan de recente zaak tegen X[9], waarin het platform wordt gedwongen openbare data over de Hongaarse verkiezingen beschikbaar te stellen voor onderzoek. In Nederland heeft BITS OF FREEDOM ervoor gezorgd, dat gebruikers van *Facebook en Instagram weer een tijdlijn kunnen kiezen die niet is gebaseerd op profilering*[10].

Durven dromen!

Als ik nu gevraagd wordt hoe dit thema over 10 jaar in het volgende rapport (20 jaar Netwerk Mediawijsheid) zal worden besproken, denk ik aan het volgende:

- Er zijn duidelijke Europese afspraken over platform governance, inclusief het oormerken en verwijderen van desinformatie, die actief worden toegepast door platformen.
- Influencers zijn een erkende beroepsgroep met duidelijke regels en afspraken op Europees niveau, inclusief beroepsstandaarden en een code of ethics.
- Verslavende elementen van internet en socialemediagebruik zijn verdwenen, endless scroll bestaat niet meer.
- Burgers beschikken zelf over systemen waarmee zij kunnen bepalen wie welke data van hun mag verzamelen en gebruiken; systemen zoals <https://myterms.info/> zijn een doorslaand succes.

En ja, dit is misschien een beetje wensdenken, maar ook onderzoekers moeten ***durven dromen!***

7. Bronnen

1. **Aandacht voor media. Naar nieuwe waarborgen voor hun democratische functies** (Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid, 2024)
2. **Cyberwijs!? Onderzoek naar online veiligheid en mediawijsheid in coronatijd** (NHL Stenden Hogeschool, 2021)
3. **DDMA Privacy Monitor** (DDMA, 2021)
4. **De digitale leefwereld van kinderen en jongeren (B)** (Apenstaartjaren, 2024)
5. **Digital News Report** (Commissariaat voor de Media, 2022)
6. **Digitale dreigingen voor de democratie** (Rathenau Instituut, 2020)
7. **Digitale ongelijkheid in Nederland: Internetgebruik van mensen van 55 jaar en ouder** (Van Deursen, A.J.A.M., 2025)
8. **Digitalisering van het nieuws – Online nieuwsgedrag, desinformatie en personalisatie in Nederland** (Rathenau Instituut, 2018)
9. **Eigen schuld, dikke bult** (Expertisebureau Online Kindermisbruik, 2021)
10. **Eindrapport Digitale Competenties** (De Vries, D.A., Piotrowski, J.T. & De Vreese, C.H. , 2022)
11. **Grip op informatie: hoe we laaggeletterde mensen weerbaarder willen maken tegen desinformatie** (BENDEDMO/Netwerk Mediawijsheid, 2024)
12. **Inzichten online haatspraak en discriminatie** (Kennissplatform Inclusief Samenleven, 2025)
13. **Jongeren Online!** (Symons, Ponnet, Walrave & Heirman, 2017)
14. **Mediamonitor 2021** (Commissariaat voor de Media, 2021)
15. **Mediawijsheid in 2023** (Netwerk Mediawijsheid en Kantar Public, 2023)
16. **Mediawijsheid onder de loep** (Erasmus Universiteit Rotterdam, 2021)
17. **Mediawijsheid: Conceptualisering en belang in een gemedieerde samenleving. Lacunes in bestaand onderzoek en beleid** (Van Deursen, A.J.A.M. & Helsper, E.J., 2021)
18. **Monitor Jeugd en Media 2017** (Kennisnet, 2017)
19. **Monitor mediagebruik 7-12 jaar** (Netwerk Mediawijsheid, 2021)
20. **Monitor mentale gezondheid. Landelijke rapportage 2025** (RIVM en Trimbos Instituut, 2025)
21. **Nationaal Social Media Onderzoek 2025** (Newcom, 2025)
22. **Nepnieuws** (NoTies, Dennis van de Berg en Irma Doze, 2021)
23. **Onderzoek Safer Internet Day 2021** (ECP, 2021)
24. **Onderzoekers slaan alarm: verbied smartphones voor jongeren onder de 13 jaar** (Psychologie Magazine, november 2025)
25. **Online grensoverschrijdend gedrag. Waar ligt de grens voor jou?** (Netwerk Mediawijsheid, 2023)

26. **Online kwetsen en buitensluiten** (Netwerk Mediawijsheid/No Ties, 2022)
27. **Online vaardig begint offline** (Koninklijke Bibliotheek, 2021)
28. **Richtlijn gezond schermgebruik** (Vrije Universiteit Amsterdam, Universiteit Utrecht en Ministerie van VW&S, 2025)
29. **Samen Sociaal Online** (Netwerk Mediawijsheid, 2021) en **Effectief mediawijsheid en digitale geletterdheid vergroten met digitale games** (Erasmus Universiteit Rotterdam, Universiteit Utrecht, Netwerk Mediawijsheid, 2023)
30. **Skill up or get left behind?** (Centraal Planbureau, 2021)
31. **The reach of commercially motivated junk news on Facebook** (Burger, Kanhai, Pleijter & Verberne, 2019)
32. **This Post Is Sponsored: Effects of Sponsorship Disclosure on Persuasion Knowledge and Electronic Word of Mouth in the Context of Facebook** (Boerman, Willemsen & van der Aa, 2017)
33. **Van digitale afhankelijkheid naar digitale autonomie** (Rathenau Instituut, 2025)
34. **Van omstander naar 'upstander'** (Netwerk Mediawijsheid, 2022)
35. **Van onzichtbare achterblijver naar digitaal meedoen** (Universiteit van Twente, 2025)
36. **Verdiepend onderzoek Iene Miene Media. Ontspannen met media** (Netwerk Mediawijsheid, 2024)
37. **Vertrouwen in journalistiek** (Motivaction, 2021)
38. **Weerbaarheid tegen desinformatie** (BENDEMO en Netwerk Mediawijsheid, 2023)
39. **Wetenschappelijk onderzoek rond nieuwswijsheid in beeld** (Beeld & Geluid en Netwerk Mediawijsheid, 2025)
40. **Zorgen ouders mediagebruik kinderen** (Netwerk Mediawijsheid, 2017)

7.1 Referenties bij hoofdstuk 3.6

1. Akdim, K., Casaló, L., & Flavián, C. (2022). The role of utilitarian and hedonic aspects in the continuance intention to use social mobile apps. **Journal of Retailing and Consumer Services**.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102888>
2. Vanden Abeele, M., & Nguyen, M. (2023). Digital media as ambiguous goods: Examining the digital well-being experiences and disconnection practices of Belgian adults. **European Journal of Communication**, 39, 122–144.
<https://doi.org/10.1177/02673231231201487>
3. Saab, N. (2025). **Digital agency in onderwijs en samenleving: op naar kritisch en bewust technologiegebruik**. Universiteit Leiden: Leiden. Retrieved from <https://hdl.handle.net/1887/4270715>

4. Khang, H., Kim, J., & Kim, Y. (2013). Self-traits and motivations as antecedents of digital media flow and addiction: The internet, mobile phones, and video games. *Computers in Human Behavior*, 29, 2416–2424. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.05.027>
5. Pelet, J., Ettis, S., & Cowart, K. (2016). Optimal experience of flow enhanced by telepresence: Evidence from social media use. *Information & Management*, 54, 115–128. <https://doi.org/10.1016/j.im.2016.05.001>
6. Rogers, R., Carpentier, F., & Barnard, L. (2015). Media enjoyment as a function of control over characters. *Entertainment Computing*, 12, 29–39. <https://doi.org/10.1016/j.entcom.2015.11.002>
7. Błachnio, A., Przepiorka, A., Cudo, A., Angelucci, A., Ben-Ezra, M., Durak, M., et al. (2023). Self-control and digital media addiction: The mediating role of media multitasking and time style. *Psychology Research and Behavior Management*, 16, 2283–2296. <https://doi.org/10.2147/prbm.s408993>
8. Gallistl, V., & Nimrod, G. (2020). Media-based leisure and wellbeing: A study of older internet users. *Leisure Studies*, 39, 251–265. <https://doi.org/10.1080/02614367.2019.1694568>
9. Zhang, L., & Jung, E. (2022). The more engaging, the more enjoyable? Age matters in predicting perceived enjoyment with different Facebook activities. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.994337>
10. Reinecke, L., & Hofmann, W. (2016). Slacking off or winding down? An experience sampling study on the drivers and consequences of media use for recovery versus procrastination. *Human Communication Research*, 42, 441–461. <https://doi.org/10.1111/hcre.12082>
11. Nguyen, M., Büchi, M., & Geber, S. (2024). Everyday disconnection experiences: Exploring people's understanding of digital well-being and management of digital media use. *New Media & Society*, 26, 3657–3678. <https://doi.org/10.1177/14614448221105428>
12. Cheng, X., Su, X., Yang, B., Zarifis, A., & Mou, J. (2023). Understanding users' negative emotions and continuous usage intention in short video platforms. *Electronic Commerce Research and Applications*, 58, 101244. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2023.101244>

7.2 referenties bij hoofdstuk 4.6

1. Griffioen, N., Van der Rijst, V., Meijer, M., Hamer, M., & Tuijnman, A. (2025). **Onderzoeksagenda Digitalisering en Welzijn 2025-2026**. Trimbos-instituut.
<https://www.trimbos.nl/wp-content/uploads/2025/10/Onderzoeksagenda-2025-2026.pdf>
2. Hoevenagel, R. & Joossen, J. (2025). **Wie bereikt de (Rijks)overheid niet (update)? Literatuurstudie naar inclusieve informatie en dienstverlening van de (Rijks)overheid**. Leids OnderzoeksKollectief (LOK) i.o.v. Ministerie van Algemene Zaken.
<https://www.communicatierijk.nl/documenten/2022/11/11/update-literatuurstudie-mensen-de-rijksoverheid-niet-bereikt>
3. Rozendaal, E., Griffioen, N., & Stein, M. (2024). **Bitefile – Wat weten we over de impact van sociale media op het welzijn van jongeren?** Netwerk Mediawijsheid.
<https://netwerkmediawijsheid.nl/bitefile-wat-zegt-de-wetenschap-over-de-impact-van-sociale-media-op-het-welzijn-van-jongeren-v2/>
4. Tuijnman, A., & Nikken, P. (2025). **Verdiepend onderzoek Iene Miene Media. Samen met media**. Netwerk Mediawijsheid.
<https://www.mediawijsheid.nl/wp-content/uploads/sites/4/2025/04/Iene-Miene-Media-Onderzoek-2025-Netwerk-Mediawijsheid.pdf>
5. Van der Rijst, V.G., Ruder., F., Oomen, S., Tuijnman, A., Van Rooij, A.J., & Griffioen N. (2025). **Pilotonderzoek Digitalisering en Welzijn**. Trimbos-instituut.
https://www.trimbos.nl/wp-content/uploads/2025/10/Rapport-consumentenmonitor_Digitalisering-en-Welzijn.pdf
6. Van Rooij, A.J., Birk, M.V., Van der Hof, S., Oostenbach, K.P.J., & Hermans, R.C.J. (2025) **Game-check: Development, application and visualization of a classification system for behavioral design in games**. Trimbos Institute, Eindhoven University of Technology & Leiden University for the Dutch Ministry of the Interior and Kingdom Relations.
<https://www.trimbos.nl/wp-content/uploads/2025/10/Game-check-Development-application-and-visualization-of-a-classification-system-for-behavioral-design.pdf>
7. Van Rooij, A.J., Doze, I., Tuijnman, A., & Kleinjan, M. (2020). **Factsheet Digitale Balans Model**. Trimbos-instituut, No Ties & Netwerk Mediawijsheid.
<https://www.trimbos.nl/wp-content/uploads/2022/06/EX024-Factsheet-digitale-balans-jongvolwassenen.pdf>
8. Van Rooij, A.J., Van der Rijst, V.G., Date, M., Tuijnman, A., Oostenbach, K.P.J., Colder Carras, M., Thrul, J. (2026). Towards digital balance. A data-driven scoping review of the research landscape at the intersection of digital media use and health. **Royal Society Open Science**. 13 (2): 250969.
<https://doi.org/10.1098/rsos.250969>

7.3 referenties bij hoofdstuk 6.7

1. <https://www.nhlstenden.com/projecten/wegwijzer-digitaal-burgerschap>
2. <https://www.cambridge.org/core/books/securing-democracies/getting-a-grip-on-disinformation/8CDF206A70127A57B289D4F6DD041485>
(Schulz, Kerstens en Sajoe, 2026)
3. <https://www.factcheckmarathon.nl/>
4. <https://www.nhlstenden.com/sites/default/files/2025-05/2024-05-05-wegwijzer-digitaal-burgerschap.pdf>
5. Ashley, S., Maksl, A., & Craft, S. (2017). News Media Literacy and Political Engagement: What's the Connection?. *Journal of Media Literacy Education*, 9(1), 79-98.
<https://doi.org/10.23860/JMLE-2017-9-1-6>
6. https://commission.europa.eu/topics/consumers/consumer-rights-and-complaints/influencer-legal-hub_en
7. <https://stories.nos.nl/>
8. <https://www.tagesschau.de/ueber-uns/moderatoren-sprecher/tagesschau-social-media-100.html>
9. <https://www.reuters.com/legal/litigation/german-court-orders-x-grant-data-access-hungary-election-research-2026-02-18/>
10. <https://www.bitsoffreedom.nl/2025/10/02/oordeel-rechter-meta-moet-keuze-gebruiker-respecteren/>

Colofon

Samenstelling en redactie:

Peter Wiegman (Het Media Locket) – Secretaris
Wetenschappelijke Raad Netwerk Mediawijsheid

Eindredactie:

Geert van der Veen – Netwerk Mediawijsheid
Mary Berkhout-Nio – Netwerk Mediawijsheid

In opdracht van:

Netwerk Mediawijsheid
Netwerkmediawijsheid.nl
Info@mediawijzer.net

Opmaak:

Oirik, Apeldoorn

Foto's:

Pexels

© Netwerk Mediawijsheid 2026

Het staat de gebruiker van dit rapport vrij het werk te delen, te kopiëren, te verspreiden en door te geven via elk medium of bestandsformaat. Verder staat het de gebruiker vrij het werk te bewerken, te veranderen en afgeleide werken te maken voor alle doeleinden, inclusief commerciële doeleinden. De gebruiker dient de maker van het werk te vermelden, een link naar het werk te plaatsen en aan te geven of het werk veranderd is. Als het werk is veranderd, of op het werk is voortgebouwd, moet het veranderde materiaal worden verspreid onder dezelfde licentie als het originele werk. De gebruiker mag geen juridische voorwaarden of technologische voorzieningen toepassen die anderen er juridisch in beperken om iets te doen wat de licentie toestaat (Creative Commons 4.0).

