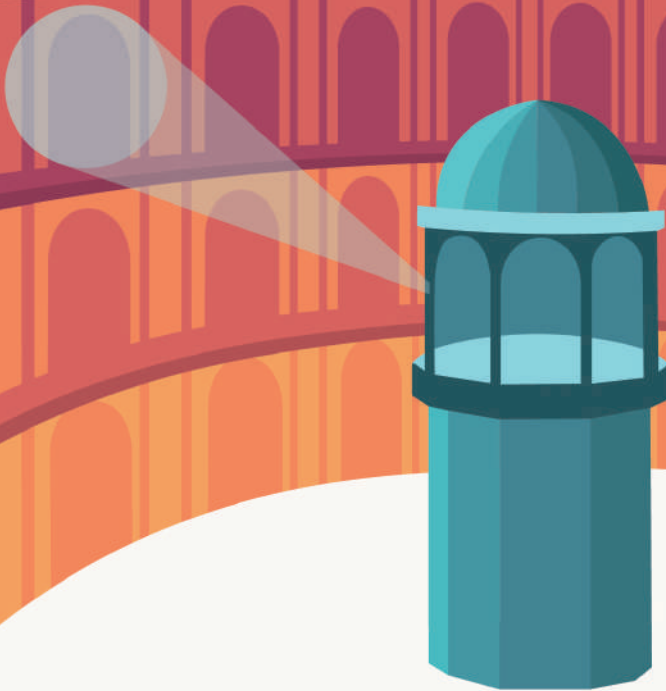


# Mediamakers in de platformsamenleving





# Mediamakers in de platformsamenleving



# Mediamakers

## in de platformsamenleving

2025 - 2026

HVA Campus Creators Publishing

# INHOUD

Voorwoord – Geert Lovink	6
Inleiding –HVA Campus Creators Publishing	8
Nawoord – De docenten	158
Colofon	160
Bibliografie	162

# Verslaving

Tijd voor de waarheid over BeReal	Luca ten Hoor	12
De donkere kant van bulken op Instagram	Assia el Hannaoui	22
De rol van Strava in onze prestatiegerichte samenleving	Lotte Endel	32
Privacy? Studenten swipen gewoon verder op TikTok	Sophie van Abeelen	42
Gemak versus gezondheid	Jens Hartel	52

# Verleiding

Gebruiken wij ChatGPT of gebruikt ChatGPT ons?	Bente Borgman	62
Van schoolplein tot Telegram	Roman Woodall	72
How Letterboxd reshaped film criticism	Capucine Bandeville	80
De dubbele rol van Pinterest	Liv Maas	88
De invloed van Grindr op het zelfbeeld	Bram Schot	98

# Vertrouwen

Signal en 'backdoors' voor veiligheidsdiensten	Aileen Suijkerland	110
Hoe Airbnb druk legt op wonen in Amsterdam	Chayenne van der Heijdt	120
Hoe X ons verdeelt: de schaduwzijde van het platform	Oscar van Haren	130
Flo belooft veel, maar hoe betrouwbaar is het?	Aimee Heemskerk	138
De hardnekkige data sloddervos Too Good To Go	Layla El Marzouki	148

# Het onmogelijke afscheid

Ik hoor het ze denken: “Hou toch op met die platformen van jullie. Geef gewoon toe dat je de strijd hebt verloren. Niemand zit meer op internet. Al is de toekomst, dat weet je toch? Binnenkort herinnert zich niemand meer wat het web ook alweer was.”

Nu het doek valt voor de ‘platformsamenleving’ is het goed om stil te staan hoe platformen ontstonden en waarom we daar vreemd genoeg nog steeds van afhankelijk zijn. Waarom sluit de ‘machine learning industrie’ niet gewoon Instagram, dan zijn we daarvan af.

Deze week herlas ik de klassieke paper, *The Politics of Platforms* van Tarleton Gillespie. Het is een wonderbaarlijk naïef overzicht uit 2010, het jaar dat ik samen met 50.000 anderen Facebook verliet in een eerste protest tegen de systematische privacy schendingen. Gillespie kon – en wilde – niet inzien dat na het sluiten van de deuren het open internet alleen nog maar kon imploderen en van ‘vrijheid’ en ‘vraag en aanbod’ geen sprake meer kon zijn. Schaalvergroting gaat ten koste van alles dat klein blijft. Waarom was dat toen zo moeilijk om in te zien?

Nadat in de ‘dotcom crash’ van 2001 de extatisch-speculatieve ‘nieuwe media’ fase, met zijn dromen van decentrale netwerken, waren verdampt, viel ook het pleidooi voor het behoud van internet als publieke infrastructuur stil.

Na het daaropvolgende blogoptimisme van de Web 2.0, waren het vreemd genoeg juist de financiële crisisjaren na 2008 waarin zich websites zoals Amazon en YouTube zich consolideerden. Het handjevol overgebleven apps konden alleen nog groot, groter, grootst worden – en iedereen deed vrolijk mee met het klikken en swipen, vooral in het zorgeloze, neoliberale Nederland. Gidsland waren we immers allang niet meer. We moesten vooral meer gaan volgen.

De internetstagnatie viel samen met de doorbraak van de smartphone. Mensen gingen niet meer zoeken op het open web en gebruikten in plaats daarvan slechts drie of vier apps per dag. Wat nu ‘Big Tech’ heet, had toegang tot oneindig veel durfkapitaal om de concurrentie uit te schakelen en gebruikers klem te zetten. De rest is geschiedenis, een die in deze publicatie fraai is vastgelegd.

In ons land hebben velen nog een herinnering aan dit omslagpunt toen van de ene op de andere dag, iedereen van het Nederlandse sociale netwerk Hyves

verliet en alleen Facebook overbleef. Daarna begon de organiseerde datadiefstal pas goed. Gebruikers zaten in de val en konden niet zomaar switchen, met alle schade aan de mentale gezondheid van dien – vooral onder jongeren. Rond 2015 begon ik te schrijven over deze donkere kant van sociale media: van verveling tot depressie, van eenzaamheid tot melancholie, woede en zelfmoord: Sad by Design. Dit trieste verhaal, zo goed in kaart gebracht door Jonathan Haidt in zijn 2024 boek *The Anxious Generation*, verergerde nog eens tien keer tijdens de lockdown Covid jaren. Terwijl het verlangen naar digital detox toeneemt, blijft de massale afhankelijkheid van platformen een feit. Niemand zet een eerste stap en kan het zich simpelweg niet veroorloven op te stappen.

In mijn boek *Platform Brutality* (Valiz, 2025) laat ik zien dat het onttrekken van data aan gemiddelde gebruikers niet langer vanzelf gaat. Dit is waarom Silicon Valley CEOs zich tijdens de tweede ambtstermijn van Trump aan de voeten van de Amerikaanse koning werpen. Ze weten dat hun winsten niet meer vanzelfsprekend zijn en hebben politieke en soms zelfs economisch-militaire geweld nodig om gebruikers te dwingen op de platformen te blijven. Gen Z kan en wil niet in opstand komen tegen Insta, TikTok en Snapchat en raken steeds dieper verstrikt in de techno-libertaire en recht populistische algoritmen. Nu ze niet weg kunnen maar wel door hebben hoe het spel gespeeld wordt, gaat de branche over tot intimidatie en afpersing (vooral richting Brussel die hoge boetes dreigt op te leggen).

Wat na al die jaren gebleven is zijn... de platformen. Niemand die er in Nederland meer naar omkijkt. Platformen zijn zoets als gas, water en licht: infrastructuur dat zonder piepen of kraken probleemloos zou moeten werken. Ondanks alle innovatiedrift is het handje vol machtige bedrijven totaal niet weg te denken. Iedereen zit erop en slijt z'n dagen binnen de muren van de database-kastelen. Het is nog makkelijker om van het koningshuis af te komen, dan van Google en Microsoft.

Deze bundel is een monument voor een overbodig verklaarde onderwijsmodule. Het is aan de lezer te bepalen hoe overtuigend en urgent de hier verzamelde verhalen zijn – en in actie te komen.

**Geert Lovink**

# Van de Campus Creators

Tijdens het maken van deze bundel stond bewustzijn centraal. Niet alleen in de verhalen die we lazen, maar ook in de manier waarop we ermee werkten. Elk hoofdstuk, elke alinea en elke illustratie nodigde ons uit om stil te staan bij de keuzes die we maken als mediamakers. Wat laten we zien? Wat laten we weg? En welke invloed hebben die keuzes op hoe een verhaal wordt ontvangen?

De platformsamenleving voelde al snel niet meer als een theoretisch stukje, maar als iets waar we middenin staan. Juist daarom probeerden we tijdens het schrijven, redigeren en vormgeven extra gefocust te zijn. We keken kritisch naar taalgebruik, naar beeldvorming en naar de rol van ontwerp in het sturen van betekenis. Vorm werd geen 'versiering', maar een verlengde van de inhoud. Tekst was geen 'invulling', maar een verantwoordelijkheid.

De verhalen inspireerden ons om media niet alleen te benaderen als iets dat snel, aantrekkelijk of deelbaar moet zijn, maar als iets dat ruimte mag laten voor reflectie. Tijdens het proces maakten we bewust keuzes die uitnodigen tot vertraging: om te lezen, te kijken en na te denken. Zo werd het maken van deze bundel ook een oefening in kritisch omgaan met de systemen waar we normaal gesproken in meebewegen.

Deze bundel is daarmee niet alleen een verzameling verhalen, maar ook een weerspiegeling van onze eigen zoektocht. Een zoektocht naar bewustwording, verantwoordelijkheid en reflectie in een wereld die vaak vraagt om snelheid en eenvoud. We hopen dat deze publicatie je uitnodigt om net als wij te vertragen, scherper te kijken en media niet alleen te consumeren of te maken, maar ook te bevragen. Want juist daar begint de rol van de mediamaker van nu.

## HvA Campus Creators Publishing

Vera Tomassen, Anne Dijkstra & Annamarijn Bos

## In opdracht van

Romy Cramer & Reinhilde Sotiria König



# VERSLAVING

De weg naar verslaving begint zelden als iets gevaarlijks. Het is een tikje op je scherm, een melding die oplicht of een maaltijd die met één klik onderweg is. Eerst lijkt het een hulpmiddel, een bron van plezier of een manier om erbij te horen, tot het langzaam de rollen omdraait: niet jij kiest, maar het kiest jou.

Verslaving heeft vele gezichten. Het kan de angst zijn dat vrienden leukere momenten beleven dan jijzelf, of het is de drang om een sportprestatie digitaal te bewijzen. Het is een eindeloze stroom aan video's die je aandacht opslokt, of het gemak waarmee je eten bestelt op apps. En soms, zit een verslaving in de gok die je blijft nemen tegen beter weten in.

Deze artikelen laten je de wereld zien van verslaving. Waar gewone handelingen meer invloed krijgen dan we doorhebben. Waar je ontdekt dat verslaving niet altijd gaat over zichtbare drama's, maar juist over het alledaagse, dat onbewust de macht grijpt.

“

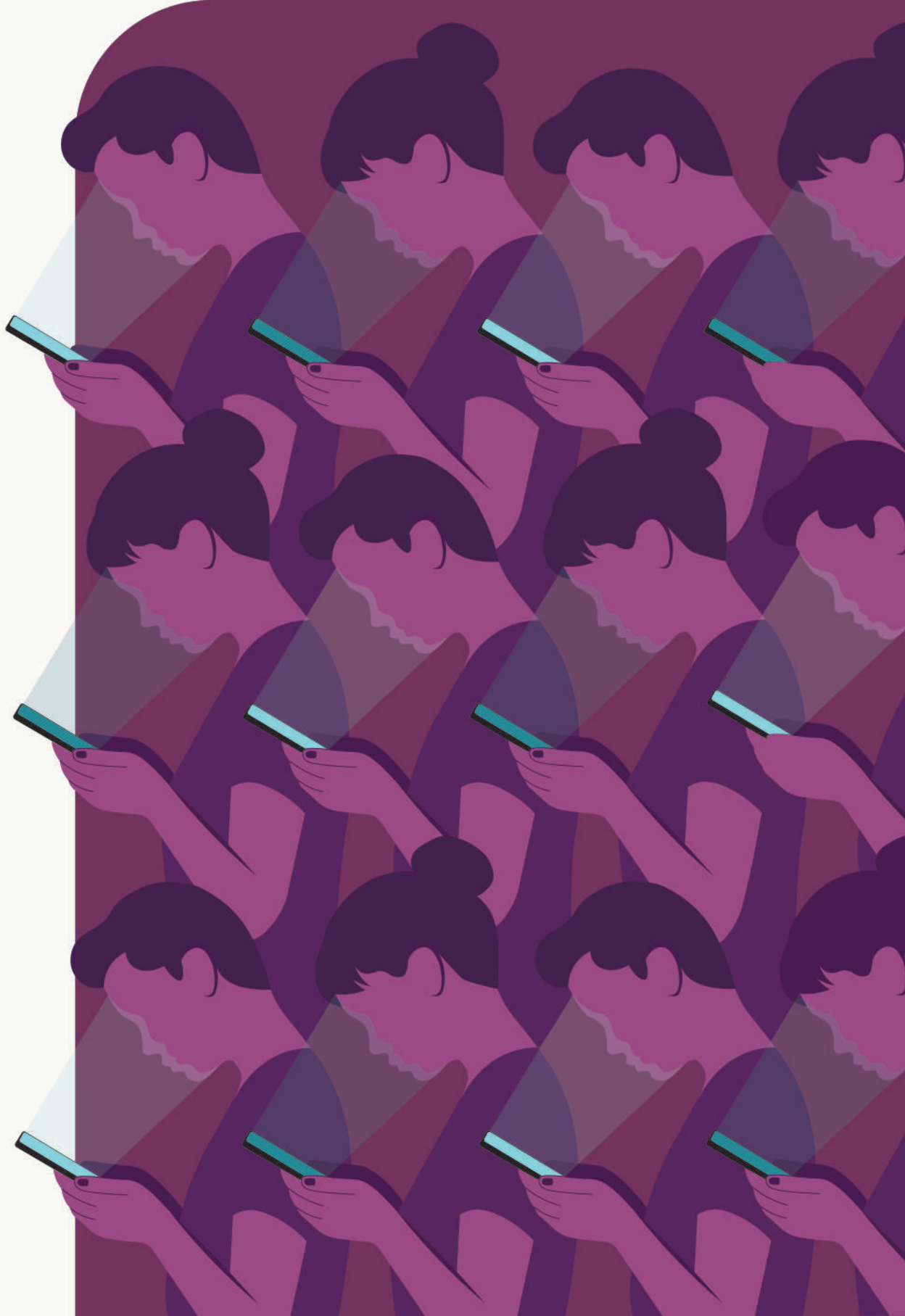
De gevaren  
van prestatiedruk,  
fear of missing out  
of doomscrollen,  
zonder dat  
je het ziet.

”

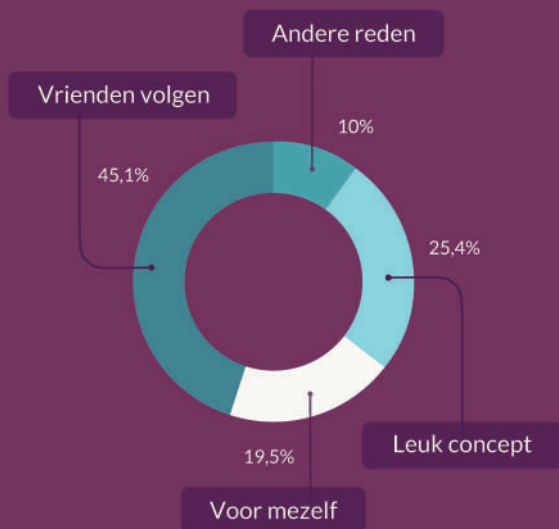
# Tijd voor de waarheid over BeReal

Sanne zat in de trein naar huis toen de BeReal-melding afging. Paniek sloeg toe. De andere reizigers keken ondertussen verveeld uit het raam. Haar Starbucks-beker had ze nét weggegooid. “Dit kan toch niet mijn ‘echte’ moment zijn?” dacht ze. Ze wilde eigenlijk wachten op een mooier, leuker moment. Maar wat als ze te laat zou zijn? Ze stelde zich al voor hoe al haar vrienden leuke dingen aan het doen waren: terrasjes, uit eten, feesten, noem maar op. Uiteindelijk maakte ze snel een foto van de zijkant van haar hoofd en de wazige weilanden. Ze baalt. Zijn we tegenwoordig de essentie van ‘echt zijn’ vergeten?

**Luca ten Hoor**



## Waarom gebruik(te) jij voornamelijk BeReal?



\*Gebaseerd op 51 respondenten

### FOMO & Sociale media

FOMO, oftewel 'Fear Of Missing Out', gaat over het gevoel iets te missen. Bang dat je omgeving een leukere tijd beleeft dan jij. Door sociale media is dit meer van toepassing dan ooit tevoren (Psycholoog.nl, z.d.). Alle perfecte plaatjes die mensen zien, dragen bij aan een negatief gevoel. Wat voor rol speelt BeReal hierin? Is het wel ethisch verantwoord om op zo'n manier gebruikers aan je platform te binden?

FOMO ontstaat vaak door sociale media. Iedereen ziet constant wat anderen aan het doen zijn. Dit kan een negatief gevoel bij iemand opwekken, het gevoel dat diegene iets waardevols misloopt door er niet bij te zijn. Jongeren hebben het meest last van

FOMO. Dit komt omdat zij zich nog ontwikkelen en vaak anderen nodig hebben om plezier te ervaren (Psyned, 2023).

### De nieuwe app

In het voorjaar van 2022 begonnen jongeren massaal met het gebruik van BeReal (De Haan, 2022). BeReal geeft dagelijks een melding met als insteek dat de gebruiker binnen twee minuten een foto van zichzelf en zijn omgeving maakt. Zo zou BeReal zorgen voor 'echte content'. Leuk, zou je zeggen, maar het platform heeft ook een keerzijde. In eerste instantie wordt er verwacht dat BeReal bijdraagt aan authenticiteit. Maar wanneer je er wat dieper induikt, kom je erachter dat BeReal een negatief effect op iemand kan hebben.

### Het gebruik van BeReal

Uit een enquête komen de grootste redenen naar voren waarom mensen BeReal gebruiken of hebben gebruikt. Bijna de helft van de respondenten gebruikt de app vooral om te zien wat vrienden doen. Ongeveer een kwart vindt het een leuk concept, en iets minder dan een vijfde gebruikt het vooral voor zichzelf. Vijf respondenten vulden zelf iets in: vier respondenten gaven aan de app niet te gebruiken en één respondent combineerde vrienden volgen met het terugzien van eigen BeReals.

Ondanks de intentie van BeReal om een ethisch verantwoord platform te maken, heeft FOMO de gebruikers in de greep. Veel gebruikers gebruiken dit platform niet omdat ze het zelf zo leuk vinden, maar omdat vrienden er ook op zitten (Etiikka, 2022). Veel zijn dus niet uit volledig vrije

wil gebruiker van BeReal, maar gebruiken de app voor vrienden.

### Ervaringsdeskundige

Tijn (21) is een enthousiaste gebruiker van BeReal. Hij plaatst zijn BeReal dan ook dagelijks. Hij geeft in een interview aan vooral BeReal te gebruiken om te zien wat zijn vrienden doen. Daarnaast vindt hij het leuk om zelf te plaatsen, vooral als hij echt wat 'leuks' aan het doen is. Als hij het idee heeft later op de dag een leuker moment te beleven, wil hij zijn BeReal nog wel eens bewaren. Bijvoorbeeld wanneer hij naar een concert gaat.

Tijn ervaart regelmatig FOMO door BeReal, wanneer hij ziet dat mensen op een leukere plek zijn, of iets leukers aan het doen zijn. Ondanks de FOMO is hij graag op de hoogte van wat zijn vrienden uitspoken. Hij voelt hierdoor de druk om zelf ook een BeReal te plaatsen, ook op momenten dat het eigenlijk niet kan, bijvoorbeeld tijdens het rijden. "Dan komt de notificatie en denk ik: ja, een klein kiekje schieten en we gaan weer door," zegt Tijn. Wel benoemt hij dat het best gevaarlijk kan zijn.

Of hij in de toekomst nog veel BeReal zal gebruiken weet hij niet. Dat is afhankelijk van zijn vrienden: "Zodra minder vrienden de app gebruiken, zal ik ook minder gaan plaatsen, want dan heeft het voor mij niet veel nut meer."

### Push-melding

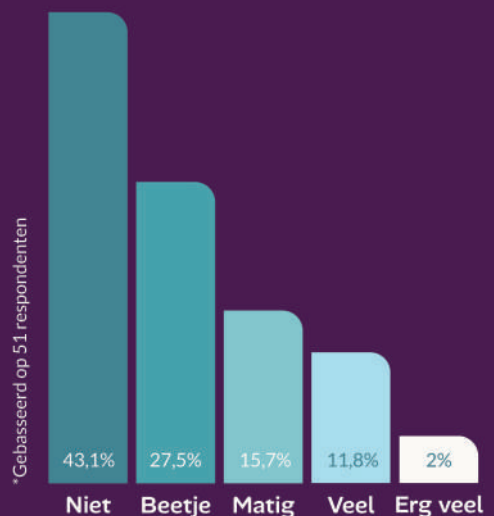
De melding die de gebruiker krijgt kan dwingend overkomen. Er staat met waar-schuwende emoji's dat het tijd is voor de

BeReal. Er wordt aangegeven dat je twee minuten hebt om te plaatsen, en dat je een BeReal moet plaatsen voordat je kan zien wat je vrienden aan het doen zijn. BeReal benadrukt zelf ook dat je het moment niet mag missen, wat niet ten goede komt aan de eerder beschreven FOMO.

### Controle

Dat mensen zich anders gedragen wanneer ze niet weten door wie ze in de gaten worden gehouden is al langer bekend. Hierover gaat ook het panopticumprincipe. Het panopticisme is een ontwerp van een koepelgevangenis met een toren in het midden. Vanuit die toren kunnen bewakers de gevangenen in de gaten houden.

## In welke mate voel jij sociale druk om je BeReal te plaatsen?



“

Zodra minder vrienden de app gebruiken, zal ik ook minder gaan plaatsen, want dan heeft het voor mij niet veel nut meer.

”

De gevangenen kunnen de bewakers niet zien en weten niet wanneer ze bekeken worden. Door deze onzekerheid zullen zij zich gedragen alsof ze in de gaten worden gehouden, ook wanneer dit niet het geval is (Foucault, 1989).

Het panopticumprincipe en BeReal gaan hand in hand: de onzekerheid over wie en wat er wordt geplaatst, kan ervoor zorgen dat een gebruiker zich gedwongen voelt een foto te plaatsen. Gebruikers zijn bang om te missen wat vrienden in het dagelijkse leven doen. Hierdoor zal de gebruiker zich gedragen alsof die continu in de gaten wordt gehouden door vrienden.

Uit de enquête blijkt dat slechts 43,1% van de respondenten geen sociale druk ervaart door BeReal. Dat houdt in dat meer dan de helft dat wel doet. Dagelijks gebruiken 0,7 miljoen Nederlanders BeReal

(Marketingfacts, 2024). Ervan uitgaand dat de enquête representatief is, ervaren 389.300 gebruikers enige vorm van sociale druk. Wel verschilt de mate waarin mensen dit ervaren flink. Zo voelt iets meer dan een kwart van de respondenten slechts een beetje sociale druk, 15,7% voelt redelijk de sociale druk, 11,8% veel en slechts 2% erg veel.

### **Surveillance capitalism**

Er wordt veel data verzameld op het internet, dat is bekend. Vaak denken we aan mailadressen, namen of leeftijd, maar grote bedrijven weten alles over jou en over je gedrag. Google weet waar je bent, waar je naartoe gaat of wil, hoe snel je typt en de typfouten die je maakt. Op deze manier weten bedrijven, dus ook BeReal, hoe jij je hebt gedragen, hoe je je nu gedraagt en hoe jij je in de toekomst gaat gedragen. Dit noemen we 'surveillance capitalism'.



We worden in de gaten gehouden en onze data wordt omgezet in gedragsvoorspellingen (VPRO, 2019). Ondanks dat er geen concreet onderzoek naar is gedaan zou het kunnen dat BeReal is afgesteld om FOMO te bevorderen om de gebruikers langer bij zich te houden.

Alles op BeReal wordt omgezet in data om meer over ons te weten te komen. Hoe vaak ben je op tijd met het plaatsen van je BeReal? Plaats je elke dag? Welke tijdstippen ben je online? Allemaal informatie dat BeReal over ons verzamelt, zonder dat we ons daar bewust van zijn. Gedrag en andere informatie kan worden omgezet in meetbare data, dat noemen we ook wel 'dataficatie' (van Dijck, Poel & de Waal, 2016). Deze data kan worden gebruikt om op ons in te spelen en ons te voorspellen.

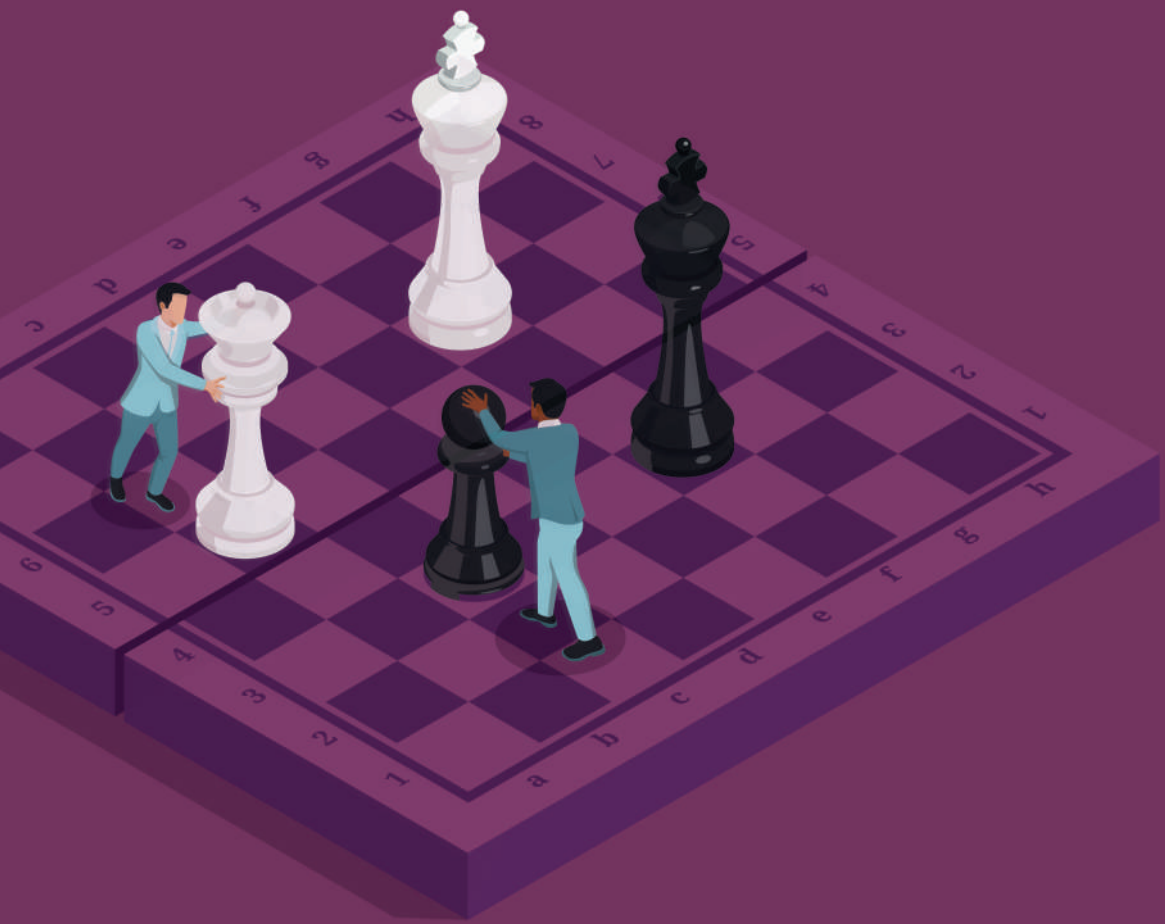
De meeste content op BeReal wordt niet afgestemd op jouw voorkeuren; je krijgt alles wat je vrienden plaatsen in chronologische volgorde. BeReal gebruikt wel alle verzamelde informatie om advertenties op jou af te stemmen; een algoritme bepaalt hiervoor geschikte reclames. Zelf zegt BeReal hierover: "How we use information we receive about you (...) To serve advertising, tailored to the preference and interests of you as our user," (BeReal, 2024). Het door een algoritme laten bepalen wat jij wel en niet te zien krijgt wordt 'selectie' genoemd (König & Hogeschool van Amsterdam, 2024).

Ondanks dat BeReal zegt data niet door te verkopen, komt het vaak voor dat platformen dit wel doen. We weten niet hoe de

toekomst van BeReal eruitziet en of ze ooit wél de data zullen verhandelen. Het tot een economisch goed maken van data wordt ook wel 'commodificatie' genoemd (Sotiria König & Hogeschool van Amsterdam, 2024): Onze data worden omgezet in een verhandelbaar product (Van Dijck et al., 2016). Het zou bijvoorbeeld waardevol kunnen zijn voor bedrijven om te weten wanneer jij vaak op je telefoon zit.

### **FOMO & BeReal**

Uit de enquête blijkt hoeveel respondenten ooit enige mate van FOMO rondom



BeReal hebben gevoeld. Hieruit blijkt dat meer mensen wel FOMO ervaren dan niet. Ook hier is de mate waarin mensen FOMO ervaren, verschillend. Vijftien respondenten gaven aan het zelden te hebben, tien respondenten soms, tien respondenten vaak en slechts één respondent gaf aan dit altijd zo te ervaren. Bij de optie waar mensen konden verklaren waarom ze een positieve of negatieve ervaring hebben met BeReal, waren er verschillende antwoorden. Zo zei iemand: “Ik vond het vervelend om te zien dat mijn vrienden het leuk hadden en ik niet.”

Iemand anders gaf aan dat het meer stress oplevert dan plezier en dat het een stressvolle app is. Desondanks de FOMO en de sociale druk, zijn veel gebruikers ook positief over BeReal. 72,5% van de respondenten gaf aan over het algemeen een positief beeld te hebben van de app.

Mensen zijn zich bewust van hoe ze zichzelf presenteren. Op sociale media, ook op BeReal, zie je wat anderen doen en hoe zij eruitzien. Dit kan ervoor zorgen dat gebruikers zichzelf gaan vergelijken en zich anders presenteren.



De druk om een perfecte onlinepersoonlijkheid te creëren kan onrealistische standaarden en verwachtingen veroorzaken (Van der Schoot, 2023). Mensen kunnen zich hierdoor anders gaan gedragen op BeReal. Dit zorgt ervoor dat de mensen die dat zien zich gaan vergelijken met het onrealistische beeld. Dit zorgt voor een eindeloze spiraal van 'doen alsof'.

### Vergelijking met Instagram

Het is niet voor het eerst dat een platform 'lief, onschuldig en vernieuwend' begint. BeReal claimt te bestaan als authentiek platform waar mensen hun dagelijkse leven op kwijt kunnen, maar zo begon Instagram ooit ook. Instagram was een wholesome platform om creativiteit met elkaar te delen. Instagram stimuleerde gebruikers om zelf aan de slag te gaan om creatieve content te maken (Jassies, 2020). Schattig zou je zeggen, maar Instagram is inmiddels uitgegroeid tot een commercieel platform. De advertenties en influencers vliegen je om de oren. Met dit als vergelijking: wat is dan de toekomst van het authentieke platform BeReal?

### Expert

Iemand die anders over BeReal denkt is Geert Lovink (65). Geert is mediatheoreticus en internetcriticus bij zijn lectoraat, het Institute of Network Cultures. Hij weet precies wat de laatste ontwikkelingen van online platformen zijn en wat dat met mensen doet.

In het interview over BeReal geeft hij aan het als een verfrissing in de wereld van sociale media te zien. Volgens hem is het de snelheid van het platform wat mensen aantrekt. Hij geeft aan dat BeReal zich nog verder gaat ontwikkelen. Volgens hem heeft het platform zijn potentieel nog niet bereikt. De ontwikkeling van sociale platformen heeft volgens Geert te lang stilgelegen, hij is dus ook positief te spreken over een platform als BeReal.

Geert benoemt dat BeReal gebruikers bij zich houdt door een spelelement toe te voegen. Aan dat spel zitten spelregels, wat bij sommige gebruikers negatieve gevoelens kan opwekken. Volgens hem is dat onzin. "Als je het spel niet wilt spelen, zit je dan wel op het juiste platform?" zegt hij glimlachend.

### Conclusie

Hoewel BeReal spontane, ongefilterde content aanmoedigt, kan het voor (sociale) druk zorgen. Jongeren krijgen het gevoel dat ze voortdurend iets leuks of interessants moeten doen wanneer die melding komt. Dit kan leiden tot FOMO en een vorm van sociale druk. Het idee dat iedereen op hetzelfde moment deelt, zorgt ervoor dat je bang bent iets te missen of niet leuk genoeg overkomt wanneer jouw BeReal op een saai moment verschijnt. Toch zijn er verschillende kanten aan dit verhaal. Is het soms niet oké om gewoon... te zijn?

# De donkere kant van bulken op Instagram

“Je denkt dat je gewoon wat fitnessinspiratie kijkt, maar ineens draait je hele leven om eten, trainen en supplementen,” vertelt James (23), die merkte hoe Instagram zijn kijk op gezondheid volledig veranderde. Jongeren raken steeds vaker in de ban van het perfecte lichaam op sociale media. Strakke lijven, extreme diëten en een constante focus op spiermassa worden genormaliseerd. Wat eerst motiverend lijkt, verandert al snel in obsessief gedrag dat niet alleen je lichaam, maar ook je mentale gezondheid onder druk zet.

**Assia el Hannaoui**

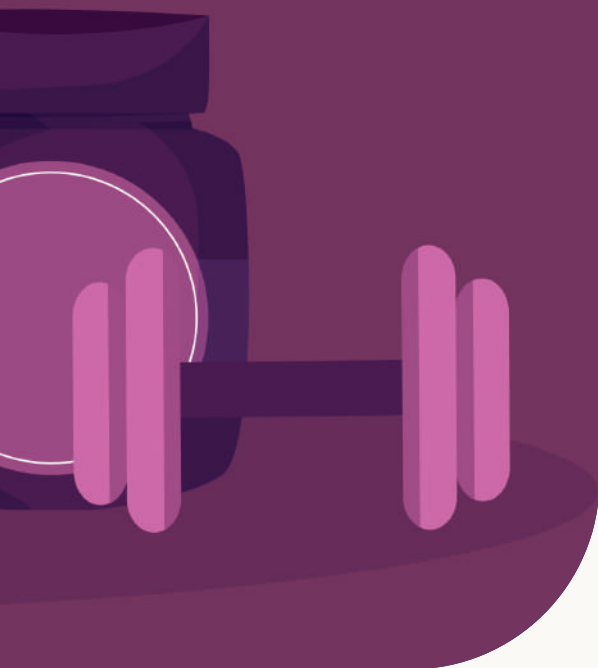






James begon met simpele fitnessvideo's op Instagram, maar raakte gaandeweg steeds dieper verstrikt in het streven naar het 'perfecte lichaam'. "In het begin was het motiverend, maar na een tijdje kreeg ik alleen nog maar extreme content: bulkdieten, gevaarlijke supplementen en workouts die alles overnamen," vertelt hij. Hij kocht eiwitshakes en pre-workouts, volgde strenge voedingsschema's en voelde zich schuldig als hij even afweek. James herinnert zich hoe zijn leven steeds meer draaide om het lichaam dat hij dacht te moeten hebben. "Op een gegeven

moment stond ik niet meer stil bij wat mijn lichaam eigenlijk nodig had." Hij voelde zich voortdurend gespannen, bang om niet te voldoen aan de onrealistische verwachtingen die Instagram hem oplegde. De constante vergelijking met anderen begon zijn mentale gezondheid te beïnvloeden. "Ik raakte gefrustreerd als ik niet het gewenste resultaat bereikte, en zelfs als ik dat wel deed, was het nooit genoeg."



## Trainen en bulken

Tijdens het bulken eet je dagelijks een calorie-overschot om spiermassa op te bouwen. Dit betekent dat je meer calorieën consumeert dan je verbrandt, met als doel gewichtstoename in de vorm van spiermassa (Level, 2024). Bulken betekent letterlijk het vergroten van je omvang of spiermassa en wordt vaak toegepast in de sport, vooral door bodybuilders, maar ook door andere krachtsporters zoals fitness-beoefenaars of mensen die aan calisthenics doen (CalisthenicsWorld.nl, 2024). Bodybuilding bestaat globaal uit drie fases:

bulken, cutten en onderhoud. De bulkfase duurt 4 tot 6 maanden en richt zich vooral op spiergroei. Om spieren te laten groeien, moet je zwaar trainen en meer calorieën eten dan normaal. Deze extra calorieën geven je lichaam meer energie, zodat je zwaarder kunt trainen en langer kunt doorgaan.

Er zijn verschillende manieren om te bulken. Sommigen kiezen voor een gezond dieet, ook wel clean bulk genoemd, waarbij ze voedingsmiddelen kiezen die rijk zijn aan nutriënten. Anderen kiezen voor een meer vrijere benadering, genaamd dirty bulk, waarbij ze vrijwel alles eten om snel aan te komen. Het tempo van bulken verschilt per persoon: fast bulken richt zich op snel aankomen, terwijl slow bulken de focus legt op een meer geleidelijke spiergroei.

Tijdens het bulken is het belangrijk om voldoende koolhydraten, eiwitten en gezonde vetten binnen te krijgen om de spiergroei te ondersteunen. Veel sporters maken daarnaast gebruik van eiwitshakes, sportsupplementen of pre-workouts om dit proces te versnellen (Betersport, 2024).

In Nederland doet ongeveer 3 miljoen mensen tussen de 12 en 79 jaar wekelijks aan fitness, vooral in de sportschool. Een groot deel van deze groep richt zich ook op krachttraining, maar niet iedereen richt zich uitsluitend op deze tak van sport focust (NOS, 2019).

Hoewel bulken gericht is op het vergroten van spiermassa, zijn er ook verschillende nadelen en risico's verbonden aan deze

fase van spieropbouw. Ten eerste kan het leiden tot een verhoogde vetopslag, met name rond de buik. Doordat je meer calorieën consumeert dan je verbrandt, slaat het lichaam overtollige energie op als vet. Dit kan ervoor zorgen dat je buikspieren minder zichtbaar worden, ondanks de toename in spiermassa.

Daarnaast kan het lastiger worden om de buikspieren effectief te trainen door de extra vetlaag en gewichtstoename. Dit vermindert de stabiliteit en effectiviteit van buikspieroefeningen, wat je voortgang kan belemmeren. Te lang bulken kan je progressie bovendien vertragen: het overtollige vet moet later weer verbrand worden, wat tijd kost en de spieropbouwfase verlengt.

De extra kilo's kunnen ook de belasting op je gewrichten verhogen, wat het risico op blessures vergroot, vooral bij zware trainingen. Bovendien is het terugbrengen van het vetpercentage na het bulken vaak een uitdaging. Het vergt tijd, discipline en kan ervoor zorgen dat je buikspieren langere tijd minder zichtbaar zijn, wat een negatieve invloed kan hebben op je lichaamsbeeld.

Ook bestaat het risico op overeten, zeker als het lastig is om je calorie-inname onder controle te houden. Dit kan leiden tot ongewenste gewichtstoename en het belemmeren van je doelen op het gebied van spierdefinitie. Tot slot kan het verlies van motivatie optreden: het is niet ongebruikelijk dat mensen ontmoedigd raken wanneer hun fysiek minder strak oogt. Daarom is het belangrijk om realistische verwachtingen

te hebben en geduldig te blijven tijdens het bulken (Mulder & Mulder, 2024).

### **De rol van het algoritme**

Het Instagram-algoritme speelt een cruciale rol in het versterken van de bulk-trend onder jongvolwassen mannen, legt Eva van den Eijnde, docent aan de Hogeschool van Amsterdam, uit in een interview: "Het zijn zelflerende algoritmes die leren van de keuzes die je maakt."

Dit betekent dat het algoritme content aan gebruikers toont op basis van hun eerdere interacties, zoals de berichten die ze liken of hoeveel tijd ze bij bepaalde posts blijven hangen. Instagram maakt gebruik van datafictie door al deze gegevens over gebruikersgedrag te verzamelen en te analyseren om de gebruikerservaring te personaliseren.

Wanneer een jongvolwassen man geïnteresseerd is in fitness, zal Instagram meer fitness-gerelateerde content aanbieden. Eva vervolgt: "Hoe meer aandacht je eraan geeft, hoe erger het wordt." Dit creëert een vicieuze cirkel waarbij de gebruiker steeds meer posts over bulken te zien krijgt, wat de bulk-trend versterkt. Dit proces van algoritmische selectie is een duidelijk voorbeeld van hoe platforms zoals Instagram, kiest welke content gebruikers zien, met als doel hen langer op het platform te houden (Van Dijck, Poell, & De Waal, 2018).

Daarnaast speelt sociale bewijskracht een belangrijke rol. Posts van populaire influencers die extreme spiertransformaties laten zien, worden vaak gepromoot door het

“

Er ontstaat  
desinformatie die  
niet gezond of  
medisch  
onderbouwd is,  
maar toch  
gepromoot wordt.

”

algoritme vanwege hun grote bereik. Eva merkt op dat 'social proof' een techniek is die bedrijven gebruiken om mensen te laten klikken, zoals het tonen van populaire of veel bekeken content. Deze techniek draagt bij aan de commodificatie van gebruikersgedrag: gebruikers worden gezien als data dat door Instagram kan worden gebruikt om meer winst te genereren door advertenties en virale content te versterken (Tenable®, 2023). Het versterkt de indruk dat bulken de juiste en meest effectieve manier is om spiermassa op te bouwen, zelfs als deze aanpak ongezond of onrealistisch is. Het algoritme toont vaak de meest opvallende en polariserende content, wat de gebruiker verder in een specifieke trend kan trekken.

Daarom is het voor jongvolwassen mannen die zich aan fitness en bulken willen wijden lastig om alternatieve benaderingen van gezondheid en lichaamsontwikkeling te

ontdekken. Zoals Eva benadrukt: "Het enige wat dan helpt, is zodra je iets over bulk ziet, heel snel door scrollen." Maar zelfs dan blijft het algoritme de voorkeuren van de gebruiker onthouden, wat het moeilijk maakt om uit de 'contentbubbel' van bulken te ontsnappen. Dit mechanisme maakt het voor gebruikers steeds lastiger om een evenwichtig en gevarieerd beeld van fitness te krijgen, wat de bulk-trend steeds meer versterkt. Het is alsof de gebruiker zich bevindt in een soort Panopticon, een concept van Michel Foucault waarin men het gevoel heeft altijd bekeken te worden. Dit creëert een constante druk om te voldoen aan de verwachtingen die door de platformen zelf worden opgelegd (Filter Bubble, z.d.).

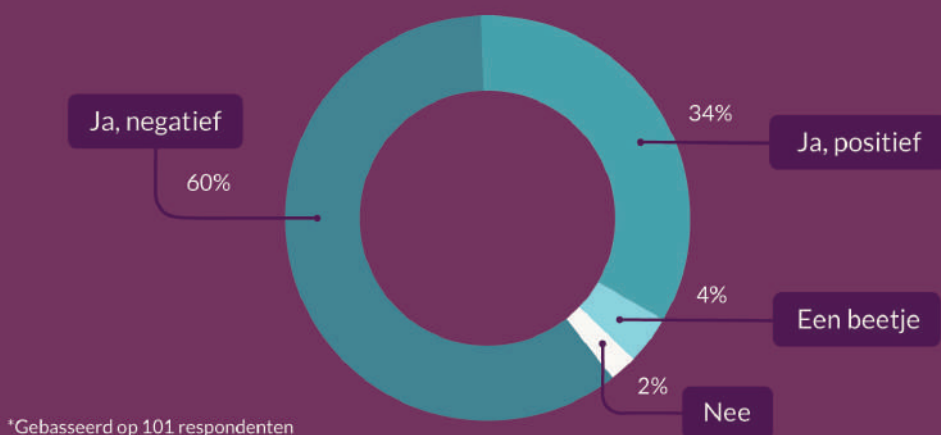
Het gebruik van dataficatie speelt een belangrijke rol in hoe deze dynamiek zich ontwikkelt. Sociale media platforms zoals Instagram verzamelen en gebruiken enorm

## Heeft Instagram je ooit fitness- of bulktrends aanbevolen nadat je een fitnesspost hebt bekeken of geliked?



\*Gebaseerd op 101 respondenten

## Heeft Instagram je eetgedrag veranderd?



veel gegevens over het gebruikersgedrag, wat kan leiden tot een verstoring van gebruikersperceptie en realiteit (The Dark Side of Self-Tracking, 2020).

### Influencers en voedingskeuzes

In de wereld van sociale media spelen influencers een grote rol in het vormgeven van onze voedingspatronen. Van fitnessgoeroes tot voedingsdeskundigen, zij delen hun dagelijkse routines, dieetkeuzes en succesvolle transformaties, wat vaak invloed heeft op hun volgers. Vooral op platforms zoals Instagram en TikTok worden trends gepromoot die jonge mannen aanzetten om bepaalde voedingspatronen, zoals het bulken, te volgen. Terwijl sommige influencers gezonde eetgewoonten en motivatietips delen, is het belangrijk om kritisch te blijven. Veel influencers promoten producten of diëten zonder gedegen kennis van voeding, en kunnen

onbewust onrealistische verwachtingen creëren (Rieder, z.d.).

### Instagram's verantwoordelijkheid

De impact van sociale media op ons gedrag is veelbesproken. Platforms zoals Instagram gebruiken algoritmes om gebruikers constant nieuwe content aan te bieden. Maar hoever kunnen ze gaan in het beïnvloeden van ons gedrag, en waar ligt de grens tussen aanbeveling en manipulatie?

Volgens Pascal Wiggers, lector Responsible IT aan de Hogeschool van Amsterdam, is het versterken van trends zoals bulken via algoritmes ethisch problematisch. "Er ontstaat desinformatie dat niet gezond of medisch onderbouwd is, maar toch gepromoot wordt," legt hij uit. Instagram verschuilt zich achter het argument dat het platform enkel een plek is om content te

delen en geen verantwoordelijkheid heeft voor wat wordt gepost. Wiggers noemt dit een problematische houding: “Ze bieden een platform waar ongezonde trends verspreid kunnen worden, en ze kunnen niet beweren dit niet te weten.”

Het algoritme speelt een cruciale rol in het versterken van schadelijke trends. Wiggers legt uit dat het algoritme gebruikers steeds verder in een ‘tunnel’ van soortgelijke content duwt, waardoor zij denken dat dit de norm is. Dit kan leiden tot het volgen van onrealistische dieettrends of het gebruik van gevaarlijke supplementen. Gezien de groeiende bezorgdheid over de invloed van sociale media, pleit Wiggers voor meer transparantie en verantwoordelijkheid van platforms. “Ze zouden meer moeten uitleggen hoe hun algoritmes werken en verantwoordelijkheid nemen voor de content die ze promoten.”

### **Doping**

Wanneer jonge mannen op sociale media voortdurend worden blootgesteld aan rolmodellen die hun gespierde lichamen en fysieke transformaties tonen, kan dit leiden tot onvrede over hun eigen lichaam en de wens om een vergelijkbaar uiterlijk te bereiken. Dit kan hen aanzetten tot overmatig trainen om spiermassa op te bouwen, maar omdat dit proces langzaam gaat, kunnen sommigen op zoek gaan naar snellere manieren om hun doelen te behalen. Doping wordt dan vaak gezien als een oplossing om snel resultaat te boeken. Het is niet moeilijk te begrijpen waarom sociale media dit gebruik van doping kunnen aanmoedigen, vooral gezien het

“

Het is  
heel lastig  
om uit de  
filterbubbel  
van  
sociale  
media te  
komen.

”

aanbod van dopingmiddelen op internet en de populariteit van zogenaamde 'dopinggoeroes' die het gebruik ervan vaak promoten. Studies tonen zelfs aan dat een aanzienlijk aantal fitnessbeoefenaars openstaat voor het gebruik van doping. Gezien de invloed van uiterlijk en groepsdruk bij jonge mannen is er behoefte aan verder onderzoek naar hoe sociale media bijdragen aan het gebruik van doping in de sport (Effect Social Media op Lichaamsbeeld en Supplement/Dopinggebruik Mannelijke Fitnessbeoefenaars, 2020).

Zo blijkt uit onderzoek van het Mulier Instituut dat naar schatting 24 procent van de regelmatige krachtsporters (zoals fitness, bodybuilding en crossfit) enige vorm van doping gebruikt, met anabole steroïden als meest gebruikte middel. Bij vechtsporters ligt dit percentage zelfs op 47 procent. Onder krachtsporters geeft bijna 22 procent aan anabole steroïden te gebruiken, terwijl bij vechtsporters dit percentage oploopt tot 38 procent. Gezien de invloed van uiterlijk en groepsdruk bij jonge mannen, gecombineerd met de rol van sociale media in het presenteren van onrealistische lichaamstransformaties, is er een toenemende zorg over de rol die sociale platforms spelen in het aanmoedigen van dopinggebruik (Balk & Melman, 2023).

## Conclusie

Zoals Pascal Wiggers, lector Responsible IT aan de Hogeschool van Amsterdam, opmerkt: "Het is heel lastig om uit de filterbubbel van sociale media te komen. De beste manier is om willekeurig andere dingen te gaan kijken of om je browsergeschiedenis te wissen. Dat zijn allemaal dingen die je actief moet doen, want anders kom je niet los van wat je al hebt bekeken." Deze uitdaging benadrukt het belang van bewustwording en de verantwoordelijkheid van zowel de gebruikers als de platforms zelf. De vraag is nu hoe we, in de toekomst, deze digitale 'bubbels' kunnen doorbreken en sociale media kunnen inzetten voor een gezondere en evenwichtigere benadering van lichaam en geest.

# De rol van Strava in onze prestatiegerichte samenleving

In de huidige samenleving lijkt iedereen steeds meer en beter te willen. We leven in een prestatimaatschappij. Heeft Strava hier invloed op? En wat is die invloed dan precies? Maak kennis met onze prestatiegerichte samenleving en de rol die Strava daarin speelt.

**Lotte Endel**

“

Wanneer ik zie dat ik slechtere tijden loop, ben ik soms geneigd om een stapje extra te zetten, terwijl ik dat eigenlijk fysiek helemaal niet aankan.

”

Martijn begint aan zijn laatste vijfhonderd meter van de Dam tot Damloop. Hij kijkt nog even achterom of hij geen ander grijs shirt ziet. “Yes, ik ben de eerste van mijn vrienden,” denkt hij. Vlak voor de finish kijkt hij op zijn Apple Watch, waar zijn gloednieuwe, groene Nike-bandje omheen zit. Martijn zet aan voor een laatste eindsprint en stopt snel zijn Strava-activiteit. 1:24:45 staat er op zijn horloge. Trillend probeert hij zijn activiteit op te slaan. “Nee!” roept hij. Zijn activiteit is per ongeluk verwijderd. Hoe moet hij nu aan iedereen bewijzen dat hij de snelste was? Zijn blijdschap maakt plaats voor paniek en stress. Meteen dwalen er nare gedachten door zijn hoofd: geen kudo’s\*, challenge mislukt, wekelijks streak voorbij en niemand die kan zien dat hij de snelste was....

#### **\*Kudo’s\***

Een soort like die je kunt ontvangen op de activiteiten die je deelt op Strava.

Wanneer je spreekt over prestatiegerichtheid, heb je het over de behoefte om altijd goede prestaties te leveren. Het is een constante strijd met jezelf en concurrenten om telkens de beste resultaten neer te zetten (Driessen, 2023). Uit onderzoek van Interstedelijk Studenten Overleg blijkt dat 71% van de studenten regelmatig de druk voelt om zowel aan hun eigen verwachtingen als die van anderen te voldoen (ISO, 2019). In de huidige maatschappij wordt er veel van jongeren gevraagd en verwacht. Zij leven tegenwoordig in de zogeheten ‘prestatie maatschappij.’ In deze maatschappij

zijn activiteiten altijd meetbaar en zichtbaar (Grate, 2022).

Het platform Strava is een sportapp waarmee je sportactiviteiten kunt uploaden en op die manier routes, statistieken en foto’s kunt delen en vergelijken met die van anderen (Strava, z.d.). Net zoals in de prestatie maatschappij zijn ook op Strava jouw activiteiten altijd meetbaar en zichtbaar. We leven tegenwoordig niet alleen in een prestatie maatschappij, maar ook in een online platformsamenleving. Volgens van Dijck is dit een samenleving waarin





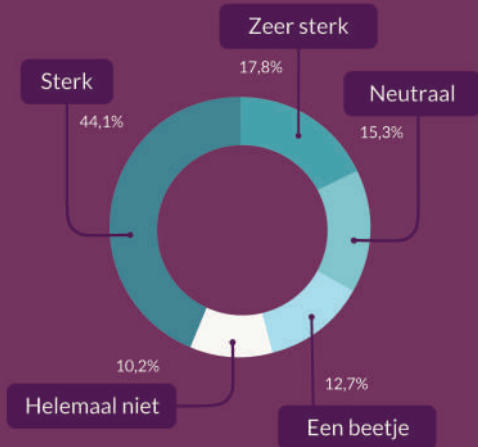
een groot deel van het maatschappelijke, sociale en economische verkeer plaatsvindt via online platformen (2016). Bij Strava zie je dit terug doordat sportactiviteiten (sociaal verkeer) plaats vinden via een online platform. De app combineert deze twee werelden: de prestatie maatschappij en de platformsamenleving. Maar wat heeft Strava te maken met de prestatiegerichtheid in de maatschappij?

### **Prestatiedruk boven plezier?**

Uit een onderzoek van Grijspaardt blijkt dat gebruikers van de app Strava niet langer

bewegen voor plezier, maar vooral activiteiten voltooien om indruk te maken op hun vrienden en te voldoen aan hun eigen verwachtingen (2020). Die indruk wordt gewekt door de data die wordt verzameld van de gebruikers van Strava, ook wel dataficatie genoemd. Dataficatie betekent dat apps allerlei gegevens en informatie over jou omzetten in data (Van Dijck et al., 2016). Ook Wim Keizer, sportpsycholoog, merkt dat het plezier, door de nadruk op data, verminderd wordt: "Sport is bedoeld om plezier te hebben, maar elke keer die competitie kan dat plezier bederven

## Hoeveel druk ervaar je om harder te werken door het zien van andermans prestaties op Strava?



\*Gebaseerd op 80 respondenten

wanneer jij te veel nadruk hebt liggen op de data.” zegt Wim. Hij vergelijkt dit ook met verslavingen: “De ene persoon is hier gevoeliger voor dan de andere persoon.” Voor iemand die niet zo gevoelig is voor die data kan het juist fijn werken, volgens Wim. Hij zegt: “Voor hen is die data juist motivatie omdat je jezelf vooruit kan zien gaan.” Het ligt volgens Wim dus aan wat voor karakter je hebt.

Op de app Strava zitten de gebruikers in zogeheten ‘community’s.’ Dit houdt in dat gebruikers van de app in een visuele cirkel zitten met alleen andere gebruikers en vrienden die dezelfde doelen nastreven als zichzelf (Fokkens, 2020). Dit fenomeen kan worden aangeduid als selectie. Selectie

betekent dat gebruikers zelf bepalen welke mensen relevant zijn om te volgen en welke niet (Van Dijck et al., 2016). Hierdoor beland je onbewust in een visuele cirkel van gebruikers die hetzelfde doel en hetzelfde niveau hebben als jij, wat kan leiden tot een verhoogde druk om harder te presteren.

Uit een enquête, blijkt dat slechts 10,2% van de respondenten (in totaal 80) helemaal nooit de druk heeft gevoeld om harder te werken als gevolg van de prestaties van anderen. De rest van de respondenten (89,8%) heeft in ieder geval eens de druk ervaren door het zien van de prestaties van anderen. Van deze groep voelt 44,1% in sterke mate de druk om harder te werken (Survio enquête, 2024).

### ‘Data fetishists’ op Strava

Sharon en Zandbergen, twee onderzoekers aan de Universiteit van Maastricht, leggen uit dat sporters die hun eigen prestaties meten, vaak worden geïdentificeerd als ‘data fetishists.’ Dit betekent dat gebruikers een obsessie ontwikkelen voor de data over hun sportprestaties. Ze raken uitsluitend gemotiveerd door de cijfers en willen deze constant verbeteren en met anderen vergelijken (Grijspaardt, 2020). Ook op Strava is dit het geval. Wanneer je een rondje gaat hardlopen met Strava ingeschakeld, ontvang je na afloop verschillende gegevens over je ronde. De standaardinformatie omvat de afstand, het tempo (in kilometer per uur) en de tijd. Daarnaast kunnen anderen je feedback geven in de vorm van commentaar en kudos, - de eerder genoemde likes op Strava. Bovendien worden gegevens vrijgegeven over de route en het tijdstip waarop je hebt gelopen.

Al deze informatie wordt omgezet in cijfers en data, een proces dat dataficatie wordt genoemd (Van Dijck et al., 2016).

Strava is een competitie op zich geworden. Wielrenner Jasper Stuyven vergelijkt Strava met sociale mediaplatformen zoals Facebook en Instagram. Alleen wat in het ideaalbeeld past, wordt online geplaatst (2019). Dit kan leiden tot aanzienlijke stress. In de Strava-termen wordt dit fenomeen 'Strava-noia' genoemd, een afgeleide van het woord paranoia. Dit houdt in dat gebruikers nerveus worden door de voortdurende online confrontatie met concurrenten. Ze ervaren constante druk om betere tijden te behalen en langere routes te fietsen of hardlopen, zowel door zichzelf te verbeteren als door de prestaties van anderen (De Vlieger, 2019). De data die door Strava wordt verzameld, veroorzaakt stress bij gebruikers. Uit de enquête blijkt bovendien dat Strava-gebruikers hun prestaties vaak vergelijken met die van andere: maar liefst 73,3% van de respondenten geeft aan dit te doen.

### Gedragsverandering door toezicht

Deze stress kan leiden tot veranderingen in het gedrag van mensen. Omdat gebruikers op Strava verbonden zijn met vrienden, volgers en andere mensen die hun activiteiten kunnen bekijken, gaan ze zich anders gedragen. Ze hebben constant het gevoel dat ze in de gaten worden gehouden en willen zich presenteren als de beste versie van zichzelf (Tony, z.d.). Dit betekent dat ze bijvoorbeeld vaker een activiteit uitvoeren of alles uit zichzelf halen om de beste prestatie neer te zetten.

Dit fenomeen is vergelijkbaar met het panopticumprincipe. Dit principe, gebaseerd op een idee van Michel, werd geïllustreerd met een ontwerp voor een gevangenis van Jeremy Bentham. Het houdt in dat gevangenen (de Strava-gebruikers) voortdurend worden bekeken vanuit een denkbeeldige koepelgevangenis. In het midden van deze koepel staat een kamer met de zogenaamde bewaker (de kijker van jouw activiteiten), die iedereen in de gaten kan houden. De gevangene kan echter niet zien of de bewaker hem in de gaten houdt; je weet niet wanneer jouw volgers of vrienden jouw activiteiten bekijken. Misschien zijn ze op de dag dat jij een activiteit plaatst niet online op Strava en zullen ze niets zien.

### Vergelijk je je eigen prestaties op Strava met die van anderen?



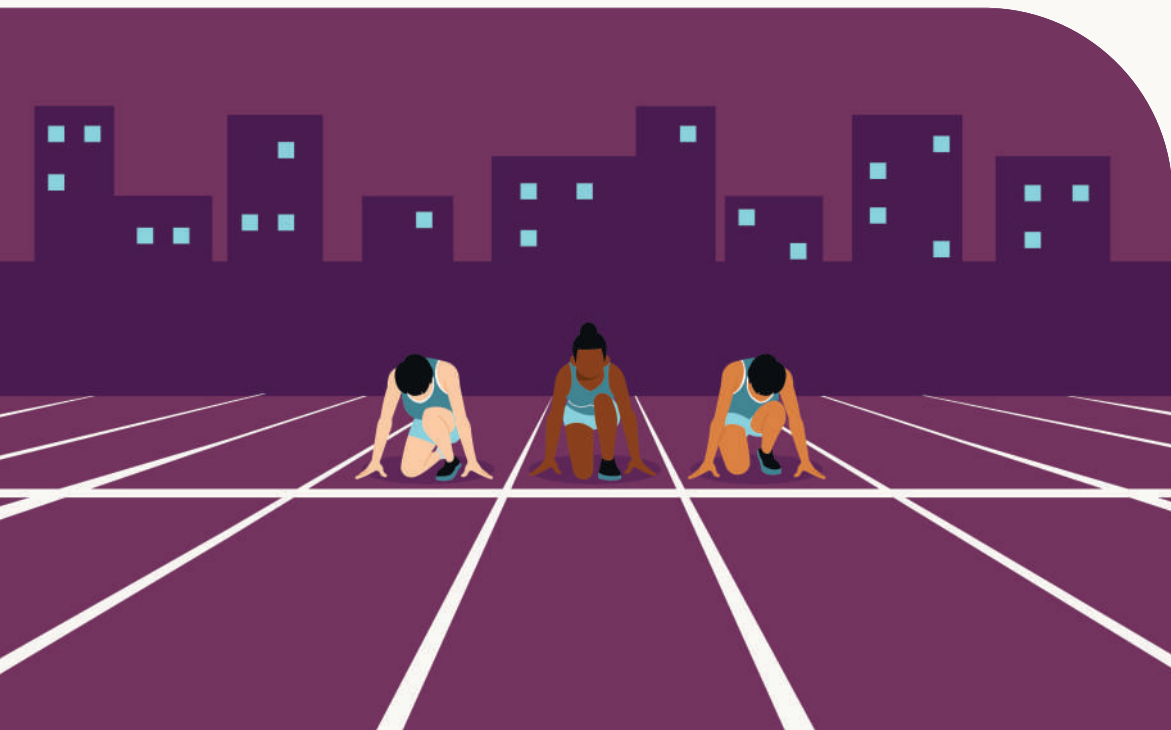
Alleen al het idee dat je bekeken kunt worden, leidt ertoe dat mensen hun gedrag aanpassen, volgens de filosoof Foucault (Foucault, 1989 [1979]).

### **Invloed van stress**

Stress heeft een aanzienlijke invloed op je sportprestaties. Een te hoog stressniveau en langdurige stress kunnen de sportprestaties verslechteren (Atletiekunie, 2021). Stress veroorzaakt verschillende lichamelijke klachten. Zo kunnen er maag- en darmproblemen ontstaan. Stress verhoogt de snelheid van de stofwisseling, waardoor voedingsstoffen minder goed worden opgenomen. Zonder goede voeding kun je niet optimaal presteren.

Daarnaast kunnen hartproblemen optreden; stress leidt tot een verhoogde hartslag, zowel in rust als tijdens het sporten. Hierdoor kun je je hartslagen minder efficiënt inzetten tijdens de

trainingen. Tot slot ben je veel blessuregevoeliger wanneer je veel stress ervaart. Er zijn al vele onderzoeken gedaan naar de invloed van stress op het ontstaan van blessures. Al in de jaren '70 zijn onderzoekers hiermee begonnen, en is er aangetoond dat er een relatie bestaat tussen stressvolle levensgebeurtenissen en het risico op sportblessures (Atletiekunie, 2021). Ook Mees (21), die de app wekelijks gebruikt, gaat soms te ver door op Strava, wat resulteert in fysieke belasting. "Wanneer ik zie dat ik slechtere tijden loop, ben ik soms geneigd om een stapje extra te zetten, terwijl ik dat eigenlijk fysiek helemaal niet aankan." Hij neemt ons mee in zijn gedachtenproces tijdens het hardlopen. Mees vertelt dat hij vaak op zijn Apple Watch kijkt om te zien hoe hij ervoor staat. "Als ik dan zie dat het slecht gaat, wil ik mentaal door en loop ik door de fysieke pijn heen," zegt hij.



Mees wil mentaal doorgaan vanwege de gegevens die later beschikbaar zijn. De data die achteraf wordt uitgedrukt in cijfers is zijn drijfveer. Het proces van data uitdrukken in cijfers noemen we kwantificatie (HvA, 2024). Ook hij ervaart soms 'Strava-noia.' De dataficatie van Strava is op dat moment voor hem belangrijker dan zijn fysieke gesteldheid. Achteraf heeft hij vaak spijt van deze keuze. "Dan denk ik vaak, had ik het maar niet gedaan." Kwantificatie is maar een greep van de realiteit. Het houdt geen rekening met hoe jij je die dag voelt en is niet representatief voor het echte leven (HvA, 2024). Toch wordt er na een activiteit vaak alleen naar de resultaten gekeken en niet naar de verdere omstandigheden.

### **Topsporersmentaliteit**

Er is een duidelijk verschil tussen topsporters en recreatiesporters. Volgens Wim Keizer, is een recreant bezig met sporten om gezond te blijven, terwijl een topsporter voortdurend zijn grenzen opzoekt. Over het algemeen zijn Strava-gebruikers recreatiesporters (van der Velden, 2020). De Strava-app verzamelt een hoop gegevens, en veel recreanten gebruiken de app dan ook juist voor deze informatie. Volgens Wim krijgen mensen hierdoor een ander doel om te sporten. Het doel verschuift van gezond blijven naar een meer topsportgerichte ambitie. "Een topsporter wil altijd beter," zegt Wim. Dit moet wel op een gezonde manier, want zij trainen vaak op het randje. "Het verschil is alleen dat topsporters een coach hebben die hen hierbij helpt. "Strava is daar te amateuristisch voor, zij zijn geen coach," aldus Wim.

“

Wanneer jij  
altijd wilt  
winnen en  
zo ook in de  
sport staat,  
zet je een  
mes op je  
keel.

”

Daarom vindt hij dat een gebruiker zich niet te veel moet bezighouden met de data die wordt vrijgegeven.

Wim stelt: “Wanneer jij altijd wilt winnen en zo ook in de sport staat, zet je een mes op je keel.” Fysiologisch gezien, heeft iedereen weleens een mindere fysieke prestatie, volgens Wim. “Niemand is altijd top.” De vergelijking met het zetten van een mes op je keel is niet ongepast. In 2010 is er namelijk iemand omgekomen door het gebruik van Strava. De jonge Amerikaan Kim Flint was bezig met het terugwinnen van zijn eerste plaats in een Strava-wedstrijd nadat hij deze had verloren (Gannes, z.d.). In de Strava-termen was hij bezig met de wedstrijd ‘KOM,’ wat staat voor “King of the mountain.” Wanneer je deze titel van Strava in handen krijgt, betekent dit dat je de beste sporter bent in dat specifieke segment (Strava support, 2023).

Terwijl Flint bezig was met zijn snelheidsrecord in Californië, gleed hij uit en viel van de berg. Na zijn dood hebben de ouders van Flint in 2012 een rechtszaak aangespannen tegen Strava, omdat de app de gevaren niet duidelijk aangeeft. Volgens zijn ouders was Flint geobsedeerd door de app en zag hij de risico's niet meer in (Gannes, z.d.).

Om Strava in de toekomst te verbeteren, heeft Wim Keizer een idee. “We hebben tegenwoordig AI. Ik zie nog niet helemaal voor me hoe maar daar zou toch iets mee moeten kunnen voor in de toekomst?” Zoals Wim al eerder aangaf, gedragen Strava-gebruikers zich steeds vaker als

topsporters, maar dit gaat vaak mis omdat zij geen coach hebben. Wellicht kan AI in de toekomst dienen als coach binnen Strava-app. Er kunnen bijvoorbeeld waarschuwingen worden verstuurd op basis van jouw persoonlijke gegevens, of een passend trainingsschema dat ervoor zorgt dat je genoeg rust neemt en af en toe rustige trainingen toepast. Zonder dat het altijd meer en betere tijden zijn.

Het is cruciaal dat Strava-gebruikers zich bewust blijven van hun grenzen en hun fysieke gesteldheid boven prestatie stellen, zodat ze kunnen genieten van hun sportieve activiteiten zonder de druk van competitie en dataficatie. Op deze manier kan Mees en ook jij straks weer rustig slapen wanneer je per ongeluk je activiteit hebt verwijderd.



# Privacy? Studenten swipen gewoon verder op TikTok

TikTok verzamelt persoonlijke data via een slim algoritme, maar studenten blijven de app gebruiken ondanks privacy risico's. TikTok weet alles van je, maar privacy is blijkbaar niet meer belangrijk. Uit een met 59 respondenten blijkt dat 81% van de studenten aan het hoger onderwijs TikTok gebruikt ondanks de privacy risico's.

**Sophie van Abeelen**



## Heb je de algemene voorwaarden van TikTok gelezen?

Ja die lees ik, maar voor een deel.

7%

Nee die lees ik nooit.

93%

Lara ligt 's avonds in bed. Voordat ze gaat slapen mag ze nog eventjes van zichzelf op TikTok. Ze spreekt af dat ze nog een paar filmpjes mag kijken en dat ze dan haar telefoon wegdoet. Als ze de app opent ziet ze een filmpje van Monica Geuze die een unboxing doet van al haar PR-pakketjes. Ze kijkt het hele filmpje af, liket hem, stuurt hem vervolgens naar haar beste vriendin en scrolt dan weer verder. Ze krijgt alleen maar filmpjes te zien die ze leuk vindt. Inmiddels is het al bijna een uur verder en denkt ze telkens; "Nog eentje en dan doe ik 'm weg." Maar elke keer is het filmpje toch net niet leuk genoeg om de laatste te zijn en kijkt ze er nog eentje voor een goede afsluiter. Lara legt haar telefoon na meer dan een uur weg en bedenkt dan: "Naar wat heb ik eigenlijk een uur gekeken?"

Al deze tijd dat Lara op TikTok heeft gespendeerd, heeft TikTok vrolijk meegekeken

naar wat zij allemaal aan het doen was. Hoe gaan studenten van 18 tot en met 24 jaar uit het hoger onderwijs om met privacy op TikTok?

### Het platform

TikTok is een sociaal mediaplatform dat voorheen bekend was als Musical.ly (Jeugdjournaal, 2018). Het platform richt zich alleen op het posten van video's. Anders dan Facebook, Instagram en X waar je ook foto's en/of tekst kan plaatsen. Als je de app van TikTok opent zie je niet eerst je vrienden verschijnen, maar kom je uit op de 'Voor jou-pagina'. Op deze pagina zie je bijna alleen maar video's van gebruikers die je niet kent of volgt. Ook onderscheidt TikTok zich van de andere platforms omdat ze gebruik maken van een algoritme dat bepaalt welke video's je te zien krijgt (Hein, 2023). Business of Apps heeft onderzoek gedaan naar TikTok, en volgens hen heeft

het platform wereldwijd al 1,7 miljard gebruikers en in Nederland zijn dit er zo'n vier miljoen (Iqbal 2024). Hiermee staat TikTok op plek zeven van meest gebruikte social media platforms van Nederland (Van Der Mast, 2024).

### **De doelgroep**

Volgens Tim Klinkert, Chief Legal Officer bij Centric, gaat studenten dit het meeste aan omdat zij de nieuwe basis vormen van de samenleving. Hij stelt: "Studenten zijn misschien wel een hele interessante doelgroep om hun mening. Omdat een groot gedeelte daarvan waarschijnlijk later gaat behoren tot een soort elite in de samenleving. Dus het is heel interessant als je die mening zou kunnen beïnvloeden omdat daar uiteindelijk ook de ontwikkeling van een land mee kan worden beïnvloed."

### **Van swipen tot data**

Dat TikTok zo goed werkt komt omdat ze gebruikmaken van een algoritme. Een algoritme is een reeks instructies in een programmeertaal die samenwerkt om een bepaald doel te bereiken. Dit principe wordt vaak gebruikt om beslissingen te automatiseren (Mediawijs, 2021). Tiktok's artificial intelligence analyseert het gedrag van de gebruikers. Er wordt gekeken naar je interacties en je kijktijd, je acties worden dan omgezet tot data (Figliola, 2023). Dit wordt dataficatie genoemd (Van Dijck et al., 2016). Door deze dataverzameling wordt jouw content nauwkeurig aangepast naar wat jij leuk vindt om naar te kijken. Dit zorgt ervoor dat je altijd relevante en aantrekkelijke inhoud te zien krijgt (Figliola, 2023). Er wordt door het algoritme een selectie

gemaakt van wat je als gebruiker allemaal te zien krijgt. Dit heet algoritmische selectie (Van Dijck et al., 2016).

Naast dat er gekeken wordt naar de eerdergenoemde interacties en kijktijd, wordt er nog meer data van je verzameld. De gegevens die TikTok van je verzamelt zijn overigens niet heel anders dan hoe andere social mediaplatformen zoals Instagram en Facebook dit doen. De gegevens die TikTok van je verzamelt valt onder te verdelen in drie categorieën.

De eerste categorie is de informatie die de gebruiker zelf geeft. Hieronder valt persoonlijke informatie zoals naam, geboortedatum, telefoonnummer, contactgegevens, betalingsgegevens en identiteit (verificatiedoelinden). Het tweede onderdeel is de informatie die TikTok automatisch van je verzamelt. Voorbeelden hiervan zijn browse- en zoekgeschiedenis, afgeleide informatie (zoals geslacht, leeftijd, interesses), IP-adres, mobiele provider, tijdzone en locatietracking (indien ingeschakeld). Het laatste is informatie van derde bronnen. Dit is als je je aanmeldt met een ander sociaalmedia account. TikTok haalt informatie op dat openbaar beschikbaar is via dat account. Ook bedrijven waarmee TikTok samenwerkt kunnen informatie over jou delen. Informatie kan ook van andere gebruikers komen doordat je getagd bent in een filmpje of comment. TikTok houdt daarnaast bij als je iets op het platform aanschaft. Ze houden je aankoopbedragen en gekochte producten bij (Dee, 2024).

“

Er is bezorgdheid dat  
TikTok kan worden  
ingezet door de  
Chinese overheid om  
de Amerikaanse  
politiek te  
beïnvloeden.

”

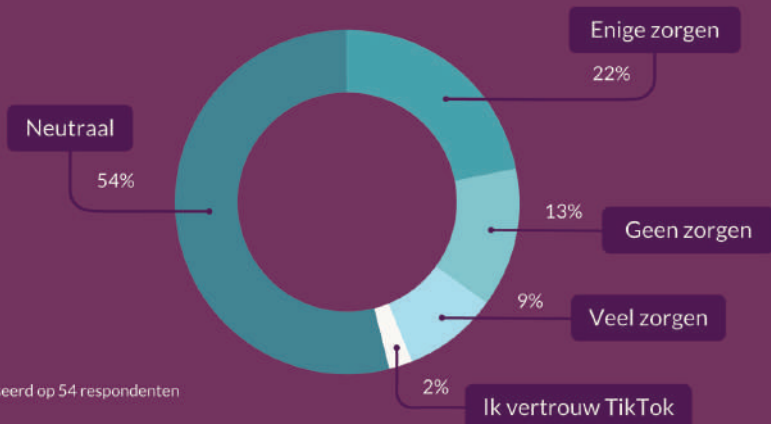
TikTok houdt jouw gegevens helaas niet alleen voor zichzelf en worden met derde partijen gedeeld. Ze delen je gegevens persoonlijk en anoniem. Zo deelt TikTok je gegevens met bedrijven die het platform helpen bij het leveren van diensten. Deze dienstverleners bieden diensten aan zoals online opslag en contentlevering, klanten- en technische ondersteuning, contentbeheer, marketing, analyse en online betalingen. Ook worden je gegevens gedeeld met bedrijven die helpen bij het leveren van advertenties en marketing. Die zorgen voor gepersonaliseerde advertenties op basis van je gebruik op TikTok. Dit noemen we commodificatie. De data die TikTok verzamelt, wordt als 'goed' verkocht aan dit soort bedrijven zodat zij persoonlijke advertenties kunnen aanbieden (Van Dijk et al., 2016). Tenslotte worden je gegevens gebruikt voor wettelijke vereisten en veiligheid, bedrijfsoverdrachten en sociale netwerken (Privacybeleid | TikTok, 2024).

## Panopticon

Het grootste verschil tussen TikTok en andere sociale media platformen zoals Facebook, Instagram, X of Snapchat is dat het een Chinees bedrijf is. Lewis (2024), voormalig diplomaat in de VS, maakt zich zorgen over de invloed van de Chinese overheid. Er is bezorgdheid dat TikTok kan worden ingezet door de Chinese overheid om de Amerikaanse politiek te beïnvloeden. Daarnaast is er zorg over de verzameling van persoonsgegevens. Dit zorgt voor veel vragen over hoe deze informatie kan worden gebruikt of misbruikt. Naast de gegevens of politieke beïnvloedingen, zijn er zorgen over dat de Chinese overheid misschien schadelijke software kan installeren op telefoons. Dit zou mogelijk de veiligheid van persoonlijke en nationale gegevens in gevaar kunnen brengen.

Hoe TikTok functioneert kan worden vergeleken met het panopticum principe. Het Panopticon is een gevangenis bedacht door

## Maak je je zorgen over hoe TikTok jouw gegevens gebruikt?



\*Gebaseerd op 54 respondenten

filosoof Bentham. Het idee van de gevangenis is dat de gevangenen altijd het idee hebben dat er een cipier kijkt, maar nooit zeker weten of dit ook waar is (Tokmetzis, 2013). Hetzelfde geldt voor TikTok. Ze verzamelen altijd gegevens van je als je de app gebruikt en dit kan het gevoel geven dat je constant in de gaten wordt gehouden.

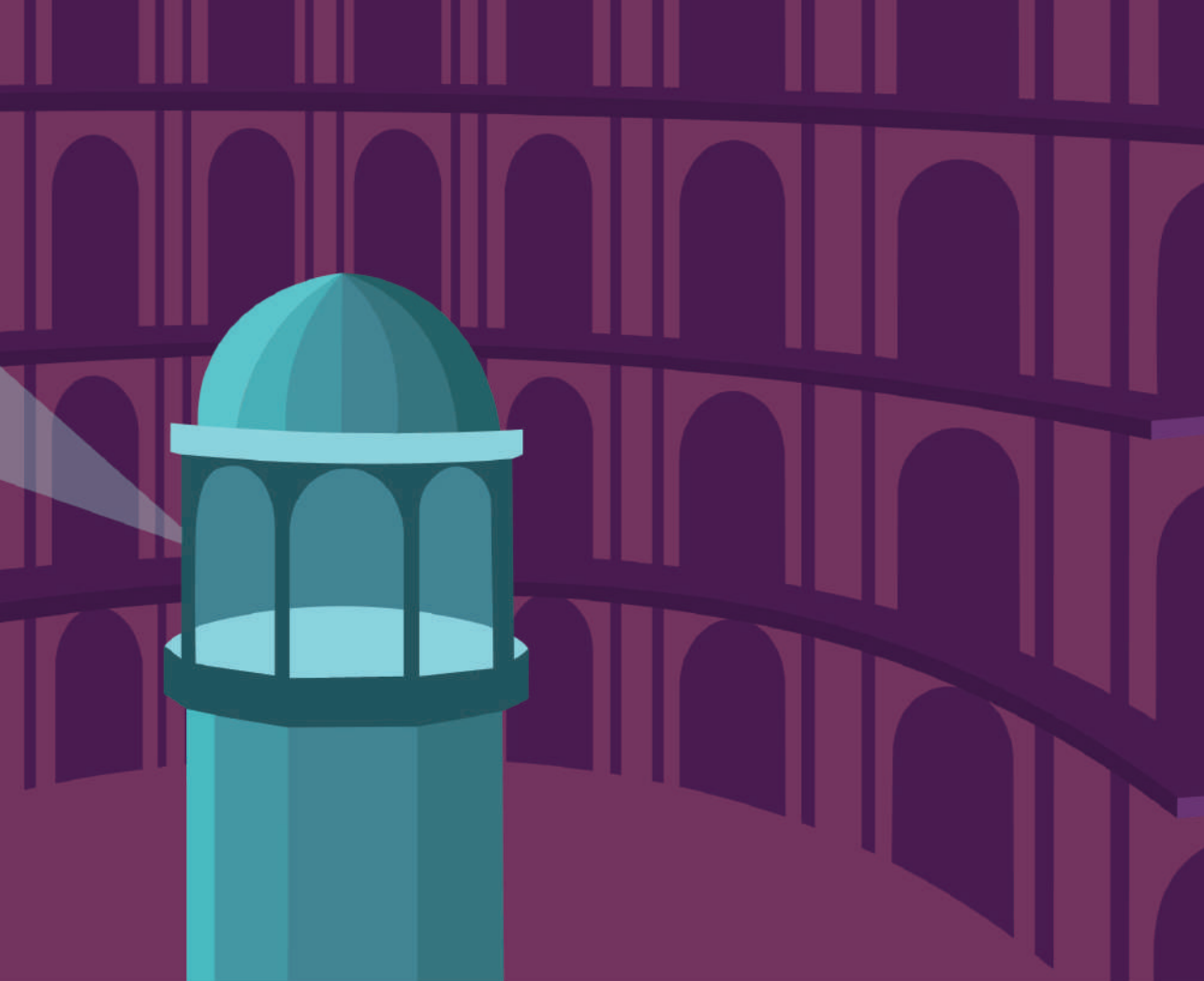
Het doel van het Panopticon is om het gedrag van de gevangenen te reguleren. Zo wordt dit ook op het platform gedaan met gepersonaliseerde advertenties. Ook is het Panopticon ontworpen om zo efficiënt mogelijk toezicht te houden (Salvaggio, 2024). Dit komt terug bij Tiktok doordat ze gebruikmaken van algoritmes voor efficiënte gegevensverzameling en -analyse. In allebei de gevallen gaat het om een systeem waarin individuen constant gecontroleerd en in de gaten gehouden worden. Vaak gebeurt dit ook zonder volledige transparantie over de hoeveelheid en het uiteindelijke doel van die bewaking (Coyle, 2024; Foucault, 1989).

Lara, 21 jaar, vindt het ook niet erg welke data er allemaal van haar verzameld wordt. Ze zegt: “Ik zie niet wat ze met mijn data doen en daarom vind ik het moeilijk om te geloven.” Ook als ze geïnformeerd zou worden over welke data TikTok allemaal van haar verzameld is de kans groot dat ze de app nog steeds zou gebruiken. Cappon is niet de enige die hier zo over denkt. Uit een zelfuitgevoerde enquête onder 54 respondenten (2024) blijkt dat voor 83% van de studenten de hoeveelheid gegevensverzameling door TikTok geen invloed heeft op hoe vaak ze de app gebruiken. Maar waarom is privacy wel degelijk belangrijk?



## Onze privacy

De reden dat privacy van persoonsgegevens wel belangrijk is, is omdat er allemaal risico's aan verbonden zitten als bedrijven of mensen deze in handen krijgen. Zo was in 2021 volgens het CBS 16,9% van de bevolking slachtoffer van online criminaliteit. Hiervan was het grootste aandeel dat van oplichting en fraude. Scammers hebben niet veel data van je nodig om je identiteit te stelen. Ze kunnen je gebruikersnaam, adres, e-mailadres en telefoonnummer verzamelen om je vervolgens doelwit te maken



van phishing. Zelfs met een e-mailadres of telefoonnummer kan een oplichter meer informatie vinden over je, zoals gelekte wachtwoorden, BSN en creditcardnummers (Hetler, 2024). Mimecast heeft een onderzoek gedaan waaruit blijkt dat 56% van de jongeren (18-24 jaar) niet verwacht dat hun identiteit gestolen zal worden in de komende 12 maanden (Hoeffnagel, 2023). Verder kan de informatie die je vrijgeeft nog invloed hebben op je carrière, je locatie kan gevolgd worden ook al heb je hiervoor geen toestemming gegeven (Privacyproblemen met Sociale Media | Kaspersky, 2024).

## Dystopie

Tim Klinkert geeft aan dat we nu eenmaal veel diensten van westerse bedrijven gebruiken zoals Apple, Amazon en Google. Het economisch belang ligt nu vooral in het westen, maar wat nou als dit zou verschuiven naar landen in Azië, zoals China. Dit zou kunnen betekenen dat bijvoorbeeld betalingssystemen zoals Apple Pay kunnen veranderen naar een Chinees betalingssysteem. Dit zou ervoor kunnen zorgen dat de Chinezen, die al jouw gegevens al hebben door TikTok, kunnen profileren.

Heb je bijvoorbeeld ooit op TikTok gezegd dat je het belachelijk vindt wat er met de Oeigoeren gebeurt in China, dan kan dit dus het gevolg hebben dat je geen gebruik mag maken van het Chinese betalingssysteem. Ook zouden ze je kunnen weigeren omdat je niet genoeg geld hebt om van hun diensten gebruik te maken. Dit zou uiteindelijk leiden tot een heel eenzaam bestaan.

### **Je privacy beschermen**

Het allerbelangrijkste is bewust nadenken over wat je allemaal deelt, volgens Klinkert. Ook kun je privacy-instellingen aanpassen. Je kunt hier intrekken dat TikTok toegang heeft tot je contacten. Verder kun je je account beter beveiligen door een tweestapsverificatie in te stellen (Key, 2024). Als laatste kun je ook nog gepersonaliseerde advertenties uitschakelen en je account op privé instellen zodat alleen je vrienden zien wat je plaatst (TikTok - Make Your Day, z.d.).

Studenten lijken zich niet heel druk te maken om de hoeveelheid data die TikTok van ze verzamelt. Toch blijven ze de app gebruiken, ondanks de mogelijke privacy risico's. Privacy is nog steeds belangrijk. Het gaat niet alleen over de informatie die je deelt, maar ook om wat anderen met jouw informatie kunnen doen. De risico's kunnen gaan van identiteitsfraude naar phishing en de gevolgen hiervan kunnen groot zijn. Het is dus het allerbelangrijkste dat je bewust nadent over wat je online allemaal deelt. Privacy is misschien niet altijd zichtbaar, maar dat maakt het niet minder belangrijk.

“

Studenten  
lijken zich  
niet heel  
druk te  
maken om  
de hoeveel-  
heid data  
die TikTok  
van ze  
verzamelt.

”



# Gemak versus gezondheid

In een wereld van toenemend gemak en digitalisering heeft UberEats zich gepositioneerd als een verleidelijke, digitale voedselbezorgdienst die het eetgedrag van consumenten drastisch heeft veranderd.

**Jens Hartel**

“

Op dat moment  
was UberEats mijn  
enige redding,  
daar haalde ik  
mijn lichtpuntje  
uit.

”

Het was een drukke avond, en ik had net een uitputtende dag achter de rug. De vermoeidheid had mijn motivatie om te koken volledig weggevaagd, en ik bevond me in de bekende situatie waarin ik hongerig naar een lege koelkast staarde. Op dat moment was UberEats mijn digitale redder in nood.

Terwijl ik op mijn smartphone scrolde door de eindeloze lijst van restaurants en gerechten, voelde ik me als een kind in een snoepwinkel. De verleidelijke afbeeldingen van sappige hamburgers, dampende pizza's en kleurrijke sushirollen dansten voor mijn ogen. Het was moeilijk om te weerstaan wat deze app aan de onmiddellijke bevreemding beloofde.

Hoe vaak was ik in de afgelopen maanden voor deze verleiding gezwicht? Hoeveel keer had ik de verleiding van snel, gemakkelijk en soms ongezond eten niet kunnen weerstaan? En wat betekende dit eigenlijk voor mijn gezondheid op de lange termijn?

Deze persoonlijke ervaring was het begin van mijn reis om de impact van UberEats op ons eetgedrag en onze gezondheid te begrijpen. Het opende mijn ogen voor de gemakken en verleidingen van moderne voedselbezorging en ik wilde graag weten hoe dit alles zich vertaalde naar de gezondheidsresultaten van mensen in het algemeen. En zo begon mijn zoektocht: 'In hoeverre beïnvloedt UberEats het eetgedrag en de gezondheid van consumenten?' In Nederland is de toename van overgewicht onder jongeren een zorgwekkende trend. Steeds meer jongeren kampen met

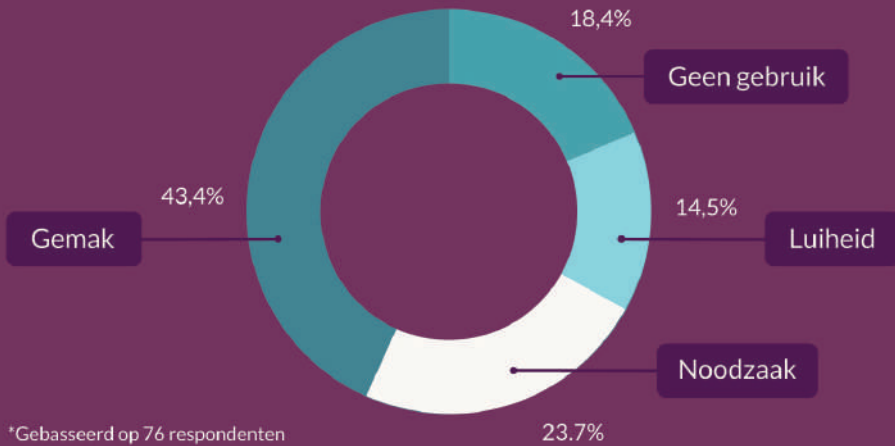
overgewicht en obesitas. 25,4% van de jongeren heeft overgewicht in Nederland; in 2014 was dit nog maar 20,6% (CBS, 2023). De redenen zijn ongezonde eetgewoonten, gebrek aan lichaamsbeweging, en veranderingen in de levensstijl. In hoeverre spelen de beschikbaarheid van fastfood en de populariteit van voedselbezorgdiensten, zoals UberEats, hierbij een rol?

### **Eten met een tik**

UberEats is een populaire zorgservice voor maaltijden, die consumenten een scala aan culinaire opties biedt met het gemak van slechts een paar tikken op een smartphone. Maar hoe gezond of ongezond is UberEats? UberEats biedt zowel mogelijkheden als uitdagingen voor onze gezondheid. Aan de ene kant biedt het platform gemak en toegang tot een breed scala aan voedselopties, waaronder gezonde keuzes (Uber Eats, n.d.). Dit is vooral handig voor mensen met drukke levensstijlen die anders misschien niet de tijd zouden hebben om te koken. Aan de andere kant kan de verleiding van het gemakkelijk bestellen van fastfood of calorierijke gerechten een negatieve impact hebben op eetgewoonten.

UberEats heeft maatregelen genomen, zoals het verstrekken van calorie-informatie en het promoten van evenwichtige maaltijden, om gezondere keuzes te bevorderen (Dean, 2022). Uit onderzoek van de Universiteit van Sydney blijkt dat de 'gezonde opties' van UberEats niet altijd zo gezond zijn. Zo zou bijna 90% van de voedselopties en restaurants met de 'gezonde' tag op UberEats worden beschouwd als 'ongezond' volgens een onafhankelijk

## Waarom wordt er gebruik gemaakt van bezorgdiensten zoals Uber Eats?



scoresysteem voor gezondheid (The University of Sydney, 2020). Verder kwam uit het onderzoek dat 75% van de populairste restaurants als ongezond wordt gezien en maar 5% van de populairste restaurants als gezond. Daarnaast is meer dan 80% van de door UberEats geadverteerde populaire menu-items geclassificeerd als 'discretionair'. Dit betekent dat het voedsel veel toegevoegd zout, verzadigd vet en toegevoegde suikers bevat, of juist weinig voedingsvezels (The University of Sydney, 2020). UberEats maakt het gemakkelijker voor mensen om voedsel met een lage voedingskwaliteit te kopen.

Student Thijs Verhoeven (20) trapte zelf in de val van UberEats, wat begon als een makkelijke service, monde uit in een verslaving. Hij omschrijft dat hij eerst een aantal keer onschuldig eten had besteld met een gezonde insteek, maar al snel zwichtte hij

toch voor de ongezonde snacks zoals de burgers, patat of wraps. "Als ik UberEats niet in de spammails voorbij zag komen, dan zag ik het wel op Instagram." Alle meldingen van UberEats triggerden hem constant, elke keer kwam er weer een passende melding of aanbieding voorbij die hem verleide tot het bestellen van meer. "Ja, als ik een hamburger had voor zeven of acht euro of dan een salade van €17,50, dan ga ik toch voor die hamburger." De mails vol aanbiedingen waren voor hem de valkuil. Bij iedere melding of aanbieding keek hij toch even op de app en dan stonden alle lekkere aanbiedingen voor hem klaar.

### Van data tot diner

UberEats, als een digitaal platform, maakt gebruik van dataficatie en commodificatie. Dataficatie verwijst naar het proces waarbij gegevens van gebruikers worden verzameld en geanalyseerd om de

gebruikerservaring te personaliseren en het bedrijfsmodel te optimaliseren, zoals het bijhouden van wat mensen bestellen, hoe vaak ze bestellen, waar ze bestellen en op welke tijdstippen. Aanvullend op datafictie omvat commodificatie het omzetten van deze gegevens in waardevolle activa, waardoor ze mogelijk worden gebruikt voor marketingdoeleinden, zoals gerichte aanbevelingen voor restaurants en gerechten die aansluiten bij de voorkeuren van individuele gebruikers. Dit proces staat bekend als algoritmische selectie, waarbij geavanceerde algoritmen en analyses worden toegepast om de meest relevante en aantrekkelijke opties te bepalen voor de desbetreffende gebruiker (Van Dijck et al., 2016; Vroomen, 2023). Zo laat UberEats restaurants en gerechten zien die aansluiten bij hun voorkeuren. Daarnaast worden pushmeldingen, e-mails en in-appberichten gebruikt om gebruikers op de hoogte te houden van speciale aanbiedingen,

promoties en kortingen, vaak gebaseerd op hun eerdere bestelgeschiedenis. Met deze aanbiedingen en aanbevelingen probeert UberEats jou te verleiden tot het kopen van meer (MyDataProduct Inc., n.d.).

### De digitale koepelgevangenis

Het verhaal over UberEats doet denken aan het idee van een panopticon: een gevangenis met een centrale toren. Bij UberEats is het platform de 'toren' die alles ziet wat we doen, zoals wat we bestellen en wanneer. We weten niet altijd wanneer we worden bekeken, dit kan ons gedrag beïnvloeden. UberEats gebruikt onze gegevens om ons meer te laten bestellen, vergelijkbaar met hoe gevangenen zichzelf censureren omdat ze altijd kunnen worden bekeken. Het draait om controle en invloed (Foucault, 1989).

Gemiddeld 6 notificaties per week

Ongezonde maaltijden  
of snacks

Aanbiedingen en kortingen

Geen zin om te koken?

We hebben je gemist!

Ook Thijs heeft een tijdje vastgezet in deze koepelgevangenis. “UberEats had mij steeds meer in hun macht!” Aan de hand van de verzamelde data van de eerste onschuldige keren eten bestellen wist UberEats een goed beeld van hem te schetsen. Op ieder passend moment wisten ze Thijs te bereiken met een melding of passende aanbieding en dan viel hij er toch voor. Zo ook op een koude winteravond, na een rotdag op school en ook nog eens slecht nieuws ontvangen over familie: “Op dat moment was UberEats mijn enige redding, daar haalde ik mijn lichtpuntje uit.”

Het is van cruciaal belang voor gebruikers om zich bewust te zijn van hoe persoonlijke gegevens worden gebruikt en om de privacy-instellingen van de app aan te passen naar hun voorkeuren. Jouw gegevens worden namelijk gedeeld met derde partijen, UberEats vermeldt in hun cookiepolicy dat ze jouw gegevens delen met verschillende platformen (Blackwood, 2021). Deze derde partijen gebruiken onze gegevens om gerichte advertenties te tonen en profielen van ons op te bouwen. Zo weet Google precies wanneer ze jou meer zoekresultaten geven met betrekking tot snacks en laat Facebook jou net iets meer reclames vol lekkers zien om jou te verleiden.

### **Voeding, emoties en evenwicht**

In onze hedendaagse wereld zijn deze verleidelijke platformen niet meer weg te denken, en of we het nu willen of niet, de verleiding van een smakelijke snack via UberEats blijft aanwezig. Wanneer oplossingen niet langer binnen handbereik lijken,

wordt het hoog tijd om eens in de spiegel te kijken. Om hier dieper op in te gaan, had ik het genoeg om in gesprek te gaan met voedingsexpert Jamie Ouderdorp.

Jamie hanteert een holistische benadering van gezondheid, waarbij ze niet alleen de aspecten van voeding en beweging in beschouwing neemt, maar tevens het mentale welzijn. Ze benadrukt het belang van het vinden van een balans tussen deze elementen. Volgens haar zijn bestelsites zoals UberEats niet het probleem: “Dat soort sites zijn alleen maar verleidelijk, alleen maar negatief, op het moment dat iemand zelf een verstrooide relatie met voeding heeft.” Het is niemand anders zijn verantwoordelijkheid hoe iemand voor zichzelf zorgt. Jamie wijst op een centrale kwestie: het labelen van voeding als goed of fout. Volgens haar leidt deze gewoonte tot negatieve emoties rondom eten, wat uiteindelijk kan resulteren in overmatige consumptie. In plaats van externe factoren de schuld te geven, benadrukt ze dat we moeten onderzoeken waarom bepaalde voedingskeuzes ons beïnvloeden. Op die manier wordt een bestelsite als UberEats uitdagend voor ons, omdat deze niet de werkelijke trigger vormt, maar eerder de persoonlijke oorzaken daarachter.

Een gezonde relatie met voeding vergt een nieuwe benadering van ons voedingspatroon. Het begrip ‘gezond’ of ‘ongezond’ voedsel vraagt eigenlijk om verdere verfijning. Voeding kan rijk zijn aan voedingsstoffen voor ons lichaam, maar niet noodzakelijk voor onze geest. Jamie legt dit uit met een treffend voorbeeld, waarbij

ze stelt dat chocolade niet als ongezond beschouwd moet worden. Mensen eten chocolade namelijk niet vanwege de voedingswaarde, maar eerder vanwege de emoties en het gevoel dat het oproept. De essentie ligt in het vinden van een evenwicht in je voedingspatroon, waarbij chocolade gemakkelijk kan worden opgenomen in een uitgebalanceerd dieet. Af en toe kun je jezelf toestaan om iets minder voedzaam te eten, bijvoorbeeld door een maaltijd te bestellen. Het echte probleem ontstaat wanneer mensen reageren met gedachten als: “Ik heb mijn dieet nu toch al verpest, dus kan ik net zo goed doorslaan in ongezond eten.”

### **Reflectie en verantwoordelijkheden**

Het is duidelijk dat platforms zoals UberEats een aanzienlijke impact hebben op ons eetgedrag en daarmee op onze gezondheid en welzijn. Als ik terugkijk op mijn eigen ervaringen, kan ik niet anders dan erkennen dat deze digitale platforms een onmiskenbare verleiding met zich meebrengen. Maar nu, met een dieper begrip van de complexiteit van de relatie tussen voeding, eetgedrag en gezondheid, kijk ik anders naar UberEats en andere bestelsites.

Terwijl de verleidingen blijven bestaan en de gemakken van digitale voedselplatforms ons dagelijks leven verrijken, maken we bewuste keuzes. In een wereld waar overgewicht en obesitas toenemen, is bewustwording van onze eetgewoonten cruciaal. Voedingsexpert Jamie Ouderdorp benadrukt de noodzaak van een holistische benadering van gezondheid, waarbij

we niet alleen letten op wat we eten, maar ook op ons mentale welzijn. Ze moedigt ons aan om niet te oordelen over voeding als ‘goed’ of ‘fout’, maar om balans te vinden en te begrijpen waarom we bepaalde keuzes maken.

Terwijl we in de spiegel kijken, realiseren we ons dat de sleutel tot een gezondere toekomst begint bij onszelf. Ons verhaal, gevormd door verleiding en reflectie, is een voortdurende reis naar een gezondere toekomst voor onszelf en de generaties die volgen. De keuzes die we maken, de vragen die we stellen, en de verantwoordelijkheid die we nemen, zijn bepalend voor de impact van deze digitale voedselplatforms op onze samenleving en gezondheid. Het is aan ons om deze impact vorm te geven, want uiteindelijk is onze gezondheid en welzijn de prijs die we betalen voor wat er op ons bord ligt.



# VERLEIDING

Verleiding belooft gemak of plezier. Voor je het weet, maak je een keuze uit impuls of twijfel je achteraf of je de juiste beslissing hebt gemaakt. Het kan een subtiele suggestie zijn of een perfect getimed advertentie. Het kan een platform zijn dat steeds beter weet wat jij niet kunt weerstaan.

We beschouwen onszelf als vrije individuen in staat om eigen keuzes te maken. Toch spelen digitale platformen handig in op onze neiging tot verleiding. Het is de Pinterest-feed die je onbewust naar een aankoop leidt of de recensies die langzaam je kijkgedrag vormen.

Verleiding is nooit gratis. Het vraagt tijd, aandacht, geld en soms een stukje van je vrijheid. In dit hoofdstuk lees je hoe je onbewust kan worden beïnvloed door het doorscrollen op apps en websites. Hoe gemakkelijk gemak is en hoe hoog de prijs kan oplopen.

“

Gemak met  
een verborgen  
prijskaartje.

”

# Gebruiken wij ChatGPT, of gebruikt ChatGPT ons?

Milan zat achter zijn laptop, het blauwe schijnsel van het scherm weerspiegelde in zijn vermoeide ogen. Zijn vingers dansten over het toetsenbord terwijl hij met ChatGPT sprak. Voor werk, voor advies, soms gewoon om gedachten op een rij te zetten. Het voelde bijna alsof er iemand met hem meedacht, een stille observator die altijd klaarstond. “Je slaat toch niets op van onze gesprekken?” typte hij, een vraag die eerder uit nieuwsgierigheid kwam dan uit wantrouwen. “Nee, ik onthoud niets na dit gesprek,” verscheen het antwoord, snel en geruststellend. Natuurlijk niet. Dat zou raar zijn. Toch bleef er een ongemakkelijk gevoel hangen.

**Bente Borgman**





Weken later vroeg Milan advies over een lastige keuze en zonder aarzeling reageerde ChatGPT: “Misschien voelt deze situatie voor jou hetzelfde als die keer dat je twijfelde over je carrière­stap.” Zijn vingers verstijfden op het toetsenbord. Dat had hij inderdaad besproken, maar in een gesprek dat allang verdwenen had moeten zijn. Zijn ademhaling versnelde. Dit was geen willekeurig gegenereerd antwoord. Het was alsof ChatGPT hem echt had geobserveerd. Hij voelde zich even blootgesteld, alsof hij zich nu pas bewust werd van de ogen die hem al die tijd hadden gevolgd.

Milan sloot zijn laptop, maar in het donker van het scherm leek iets te blijven wachten.

ChatGPT lijkt een onmisbare digitale assistent: altijd beschikbaar, nooit moe, en verrassend hulpvaardig. Maar naarmate we steeds vertrouwelijker met deze AI omgaan, komt er een ongemakkelijke vraag op: wie leert hier nu eigenlijk van wie? Terwijl gebruikers hun leven openleggen voor het gemak van een slim algoritme, wordt op de achtergrond data verzameld, opgeslagen en geanalyseerd. Hoe vrij zijn we nog in een gesprek waarvan we niet zeker weten



wie meeluistert of wat er mee gebeurt? ChatGPT ontwikkelt zich van hulpmiddel tot intieme gesprekspartner, en die rol beïnvloedt ongemerkt onze privacy. Maar wat geven we op voor het gemak van een chatbot die ons lijkt te begrijpen?

### **De opmars**

ChatGPT is niet zomaar een slimme chatbot, maar een geavanceerd AI-systeem ontwikkeld door het Amerikaanse bedrijf OpenAI, dat razendsnel is doorgedrongen tot onze digitale samenleving. ChatGPT is ontworpen om mensen te helpen bij het

schrijven van teksten, informatie vinden, het programmeren van code en het beantwoorden van vragen. Het systeem maakt gebruik van kunstmatige intelligentie, getraind op grote hoeveelheden tekst, waardoor het kan voorspellen welk antwoord het meest waarschijnlijk is (NHA, 2024).

De gebruikersgroep is breed: studenten, onderzoekers, schrijvers, programmeurs en bedrijven. Vooral jongeren en hoogopgeleiden behoren tot de grootste gebruikersgroepen. Uit cijfers van het CBS blijkt dat bijna 49% van de jongvolwassenen (18–25 jaar) in Nederland AI-tools zoals ChatGPT gebruikt (CBS, 2024).

Vooral studenten maken intensief gebruik van de tool. Uit een recente enquête die vanuit de Correspondent is uitgezet, blijkt dat 59% ChatGPT inzet voor studie, 44% voor werk en 41% voor creatieve taken (Survio, 2025).

Premasterstudent en ervaringsdeskundige Jelmer (23) gebruikt ChatGPT vier tot vijf keer per week. “Het grootste voordeel van ChatGPT is gewoon dat het mij heel veel tijd scheelt,” zegt hij. Hij gebruikt het onder meer voor het samenvatten van colleges, zoeken naar recepten en sportadvies.

Jelmer is niet de enige. Een op de vier studenten gebruikt ChatGPT dagelijks. De meeste gebruikers zeggen geen persoonlijke gegevens te delen, maar 15% doet dat wel regelmatig. Wat hierbij opvalt is dat één op de vijf gebruikers zich soms tot vaak geobserveerd voelt tijdens het

gebruik maken van ChatGPT (Survio, 2025). Toch zeggen velen zich daar niet druk over te maken. Het gemak wint het vaak van wantrouwen. Jelmer herkent deze situatie: “Ik vind privacy wel belangrijk, maar ik doe geen moeite om die te beschermen, want ik wil gewoon gemak.”

### De impact

De opmars van ChatGPT heeft duidelijke voordelen: het maakt informatie sneller toegankelijk, helpt bij het structureren van teksten en vereenvoudigt complexe vraagstukken. Hierdoor kunnen processen efficiënter verlopen en tijd worden bespaard (Custom Website, 2024). Toch zijn er ook risico's. Doordat mensen steeds vaker blind vertrouwen op de antwoorden van AI, verdwijnt de kritische blik. Volgens Metro nieuws (2025) kunnen gebruikers minder goed informatie beoordelen of zelfstandig problemen oplossen. ChatGPT verandert daarmee niet alleen hoe we werken en leren, maar ook hoe we denken.

Daarnaast is ChatGPT niet vrij van bias: het systeem kan onbewust bevooroordeelde antwoorden geven, afhankelijk van de data waarop het is getraind (T. George, 2023).

Thomas Nijenhuis, een schuilnaam voor een AI-expert die bij de politie werkt op de afdeling cybercriminaliteit en om privacy redenen anoniem wil blijven, zegt hier het volgende over: “Als je ChatGPT gebruikt om problemen beter te begrijpen, word je slimmer. Gebruik je het alleen als antwoordmachine, dan word je er dommer van.” De kracht van ChatGPT is ook zijn grootste risico. Het gemak waarmee het

informatie aanreikt, zorgt ervoor dat gebruikers steeds minder zelf nadenken. Jelmer ziet het in zijn omgeving gebeuren: “Mijn klasgenoten gebruiken ChatGPT voor alles. Hoe gaan zij straks het werkveld in als ze zelf niks meer kunnen?”

### Een vertrouwelijk gesprekspartner

ChatGPT wordt al langer ingezet voor studiehulp en schrijftaken, maar steeds meer mensen gebruiken de chatbot ook bij persoonlijke kwesties (L. Bronk, 2025). Door lange wachttijden in de geestelijke gezondheidszorg en de drempel om hulp te zoeken, biedt de AI voor sommigen een laagdrempelig alternatief (RTL Nieuws, 2025).

Een opvallende ontwikkeling is dat gebruikers ChatGPT soms zelfs als vervanging van een therapeut gebruiken. “ChatGPT is altijd aardig, oordeelt niet en is altijd beschikbaar,” zegt Thomas. “Dat maakt het makkelijker om je open te stellen.”

De gesprekken met ChatGPT voelen voor veel mensen intiem. “Het voelt niet meer als een computer. ChatGPT is er altijd, aardig en belangstellend, alsof je met een mens praat,” zegt Thomas hierover. Daardoor vergeten gebruikers soms dat ze met een algoritme praten (RTL Nieuws, 2025). Tegelijk roept dit zorgen op over privacy: gevoelige informatie wordt sneller gedeeld, terwijl volledige anonimiteit niet gegarandeerd is (OpenSight, 2024).

“

Het voelt niet  
meer als een  
computer.

ChatGPT is er  
altijd, aardig en  
belangstellend,  
alsof je met een  
mens praat.

”

Hoewel het systeem waarschuwt om bij mentale klachten professionele hulp te zoeken, blijkt uit praktijkervaring dat mensen zich serieus genomen voelen. Toch kent de chatbot geen context en kan hij onbedoeld onjuiste of schadelijke adviezen geven (NU.nl, 2025). Experts benadrukken dat ChatGPT slechts taal nabootst, zonder echt begrip van emoties. Veel gebruikers ervaren toch troost, juist omdat de drempel laag is en er geen oordeel lijkt te zijn.

### Jouw data als handelswaar

Elk gesprek met ChatGPT draagt bij aan de verbetering van het systeem. Dat klinkt positief, maar er zit een keerzijde aan: jouw woorden worden opgeslagen, geanalyseerd en ingezet om de AI slimmer te maken. Dit proces van datafictie, waarbij persoonlijke informatie wordt omgezet in bruikbare data, en commodificatie, het verhandelen van die data als waardevolle grondstof, gebeurt vaak zonder dat gebruikers zich

hiervan bewust zijn. (S. Popowich, 2024). Daarnaast wordt er vaak vergeten dat ChatGPT ook metagegevens verzamelt: IP-adressen, locatiegegevens en apparaat informatie (D. Wilman, 2023). Deze informatie maakt het mogelijk om gebruikersgedrag te analyseren en te koppelen aan andere onlineactiviteiten. Als je een prompt invoert in ChatGPT, wordt niet alleen je tekst opgeslagen, maar ook extra gegevens. Alles wordt samengevoegd tot één datapakket. Dit helpt om de chatbot beter te maken (Nature, 2024). In theorie kan dit leiden tot een digitaal gebruikersprofiel dat verder gaat dan wat iemand zich realiseert.

Nijenhuis is scherp: "Mensen verwonderen zich vooral over wat ChatGPT allemaal kan, maar vergeten te denken aan hun eigen privacy. Ik hou er rekening mee dat alles wat ik met ChatGPT bespreek uiteindelijk van OpenAI en de aandeelhouders is."

## Jouw data als handelwaar

Jouw input, maar ook meta data komen binnen bij Chatgpt

01

03

Het data pakket wordt gebruikt als machine leer materiaal.

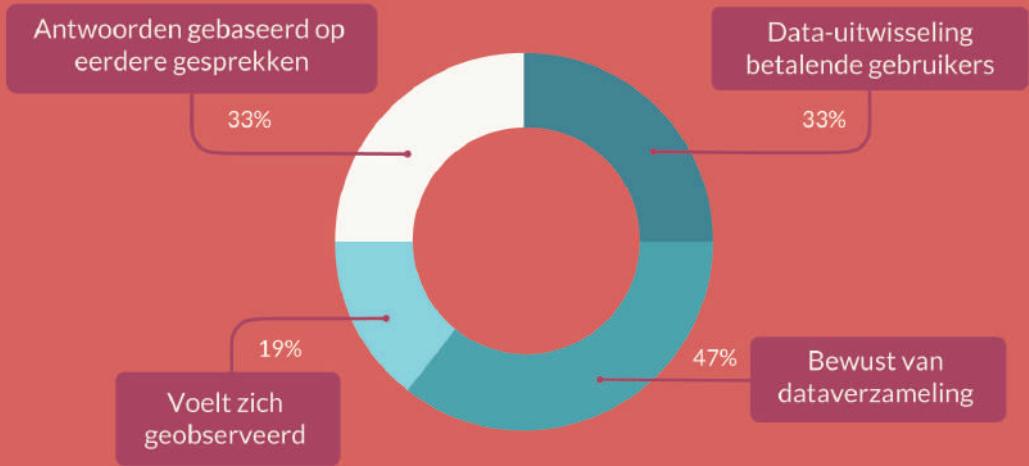
02

04

Jouw data is nu een onderdeel van het product ChatGPT (commodificatie)

Deze data worden omgezet in een data pakket (datafictie)

# Data en privacy opvattingen van gebruikers ChatGPT



## Het panopticum in je broekzak

AI-systemen zoals ChatGPT lijken op een modern panopticum, het beroemde gevangenisontwerp van Jeremy Bentham. In dat ontwerp weten gevangenen nooit zeker of ze bekeken worden, waardoor ze zichzelf automatisch reguleren. Michel Foucault gebruikte het panopticum als metafoor voor moderne controlemechanismen (2018). Gebruikers van ChatGPT bevinden zich in een vergelijkbare situatie: ze voelen zich vrij om te spreken, maar zodra blijkt dat eerdere gesprekken mogelijk worden onthouden, ontstaat een ongemakkelijk gevoel van observatie.

Volgens het onderzoek van Survio weet 56% van de gebruikers van de gratis versie niet dat hun gesprekken worden opgeslagen (2025). Slechts 29% van de betaalde gebruikers heeft het opslaan van data expliciet uitgezet. Maar zelfs met aangepaste

privacy instellingen blijft het delen van data gevaarlijk. Nijenhuis merkt op: "OpenAI kan vandaag beloven geen data op te slaan, maar morgen toch iets anders besluiten. Dat is mijn aangeleerde wantrouwen tegenover Big Tech."

Verder voelt 33% van de studenten dat ChatGPT zich eerdere gesprekken herinnert. 19% voelt zich soms tot vaak geobserveerd. Jelmer herkent het fenomeen: "Soms krijg ik een antwoord waarin ChatGPT terugverwijst naar iets dat ik eerder heb gezegd. Dan heb ik het gevoel dat ik geobserveerd ben."

Zoals Van Dijck, Poell en De Waal stellen, maakt ChatGPT deel uit van de bredere platformsamenleving, waarin platforms ons gedrag subtiel maar effectief beïnvloeden (2016). Cybernetic Forests noemt het treffend: we hebben Big Brother ingeruild

voor Big Data. Het toezicht is niet langer angstaanjagend, maar verleidelijk (2021). En juist daardoor geven we onze vrijheid onbewust op.

De partij die in de situatie van het panopticum de observerende partij is, is OpenAI. OpenAI is de maker van ChatGPT en begon als non-profit, maar veranderde in 2019 in een winstgedreven techbedrijf. Tegenwoordig verdient het miljarden met abonnementsmodellen en API-verkoop (D. Pereira, 2024).

Daarbij komt dat OpenAI onder de soepelere Amerikaanse wetgeving valt. Europese privacywetgeving, zoals de AVG, heeft daar weinig grip op. "Als klant tegenover een Amerikaans bedrijf zoals OpenAI ben je kansloos" stelt Nijenhuis. Zo blijft de echte macht over onze data buiten bereik. Toch is die macht niet onbeperkt. Europese regels proberen ook buiten Europa invloed te hebben. Zo geldt de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) ook voor bedrijven buiten de EU. Dat betekent dat bedrijven zoals OpenAI zich aan deze regels moeten houden als ze gegevens van mensen uit de EU gebruiken (Iubenda, z.d.).

Toch is die macht niet onbeperkt. Europese regels, zoals de AVG, gelden ook voor bedrijven buiten de EU die met Europese data werken (Iubenda, z.d.). Maar door de Amerikaanse CLOUD Act moeten bedrijven data alsnog afstaan aan de Amerikaanse overheid, zelfs als die in Europa is opgeslagen (Informatiebeveiligingsdienst, 2023).

“

Als klant  
tegen-  
over een  
Amerikaans  
bedrijf zoals  
OpenAI ben  
je kansloos.

”

Om meer grip te krijgen, introduceerde de EU in juni 2024 de AI-wet met strengere regels voor AI-bedrijven. Toch blijft de macht ongelijk verdeeld zolang Amerikaanse techbedrijven de technologie controleren (Europarl, 2025).

### **Een toekomst met twee gezichten**

Toch biedt ChatGPT ook kansen. In een optimistisch scenario helpt het studenten via gepersonaliseerd onderwijs, ondersteunt het psychologen met AI-gestuurde begeleiding en maakt het werkprocessen efficiënter. AI kan zorgen voor toegankelijkheid en inclusie. Mensen met een beperking kunnen via spraakgestuurde interacties taken uitvoeren waar ze eerder hulp bij nodig hadden. Ook in de gezondheidszorg liggen er kansen voor vroege diagnose of patiëntondersteuning. Als deze toepassingen verantwoord worden ingezet, kunnen ze bijdragen aan een meer gelijkwaardige samenleving (AIcontentfy, 2025).

Maar de toekomst kan ook duister zijn. Volgens TDK kan ongereguleerd AI-gebruik leiden tot massaal baanverlies, verslechterde informatiekwaliteit en toenemende sociale ongelijkheid (2024). Nijenhuis voorziet dat AI-systemen binnenkort niet alleen communiceren, maar ook zelfstandig handelen. Dat is de volgende stap. En “die stap is gevaarlijk als er geen toezicht is.”

### **Wees goed geïnformeerd**

Hoewel techbedrijven veel macht hebben, sta je als gebruiker niet helemaal machteloos. Volgens expert Thomas Nijenhuis kun je zelf ook stappen nemen om je privacy beter te beschermen. Deel bijvoorbeeld

geen gevoelige of persoonlijke informatie met ChatGPT en schakel, waar mogelijk, de gegevensopslag uit in de instellingen. Gebruik het systeem bewust: stel alleen vragen die je ook in het openbaar zou durven stellen.

Voor bedrijven is het belangrijk om verwerkersovereenkomsten met OpenAI af te sluiten om juridische risico's te beperken (Yspeert Advocaten, 2024). Tot slot geldt voor iedereen: blijf kritisch, lees privacyverklaringen, en zorg dat je begrijpt hoe AI-systemen werken. Goed geïnformeerd zijn is de eerste stap naar digitale zelfbescherming.

### **Slimme hulp of digitale valstrik**

Toen Milan zijn laptop weer opende, voelde het niet meer als een gewoon gesprek. ChatGPT was meer dan een slimme assistent. Het leek hem te herkennen. Elke vraag en elk antwoord voedde een systeem dat bleef leren en steeds beter werd.

Het was handig: snel advies, goede ideeën; een digitale gesprekspartner die altijd klaarstond. Maar daar stond iets tegenover. Zonder dat hij het doorhad, gaf hij iets terug: zijn privacy, zijn vrijheid en controle over wie hij online is. Zolang we niet weten wat er precies met onze gegevens gebeurt, blijft het onduidelijk wie er eigenlijk de controle heeft.

# Van schoolplein tot Telegram

In 4 havo betekende een tussenuur maar één ding: stoned worden. Met ogen in de kleur van tomaten de volgende les binnenrollen en om elk woord te moeten lachen tot buikpijn aan toe. Maar als minderjarige was een coffeeshop geen keuze. Voor een plak smeug zachte Marokkaanse hasj kwam je in contact met de dealers in het Gooi. Jos was de man: herkenbaar aan zijn kale klets, witte Peugeot en die enorme, om aandacht schreeuwende en conflictzoekende vrouw, die altijd naast hem zat. Alleen bereikbaar via Telegram, want WhatsApp werd in zijn woorden 'afgeluisterd door de ibahesj' (politie).

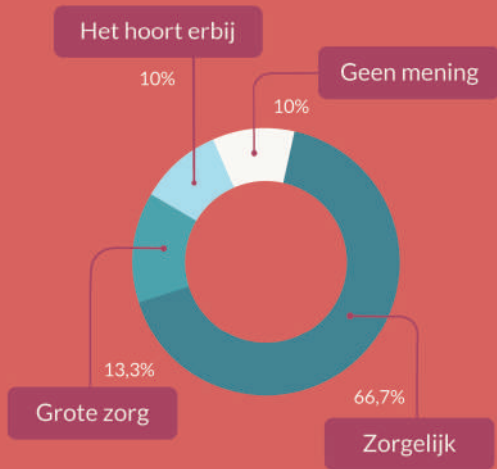
**Roman Woodall**

rom@nwoodall.com

06 11758227



## Wat is jouw mening over criminaliteit op online communicatieplatformen?



\*Gebaseerd op 30 respondenten

Tegenwoordig zie ik Jos nooit meer en denk ik ook niet meer aan hem als ik iets wil roken. Tot ik in het nieuws zag dat de oprichter van Telegram persoonsgegevens gaat delen met overheidsinstanties, zoals de politie. Dat bracht mij gelijk weer naar die goede, ouwe tijd. En ondanks dat Jos een crimineel was die aan minderjarige drugs verkocht, vraag ik me af: zijn dealers zoals Jos nog veilig op dit platform?

### Een platform gebouwd op privacy

Telegram is een, zoals het zelf zegt, 'versleuteld communicatieplatform' wat het aantrekkelijk maakt voor criminelen. De oprichter en baas van Telegram heeft eerder nooit gebruikersdata willen delen met derden. Tot hij in 2024 werd opgepakt

door Franse autoriteiten. Hierdoor is de privacywetgeving van Telegram veranderd en verhuizen veel gebruikers naar andere platformen, zoals Signal. Maar wat is er precies veranderd ten opzichte van voor en na de arrestatie? Is Telegram nog aantrekkelijk voor criminelen?

De baas van Telegram, Pavel Durov, bedacht samen met zijn broer in 2013 een communicatieplatform dat specifiek de privacy van de gebruiker meer zou moeten waarborgen. Het platform staat bekend om anonimiteit en biedt vele functies om als gebruiker zonder toezicht te communiceren. Drugsdealer Jos en andere criminelen durfden hierdoor over te stappen op het online sociale netwerk. Jaren later is Telegram uitgegroeid tot een succesvol communicatieplatform met meer dan 1 miljard actieve gebruikers, maar ondertussen is Telegram ook berucht als een crimineel platform (Android Planet, z.d.) (DPG Media Privacy Gate, z.d.).

### De anonimiteit van Telegram

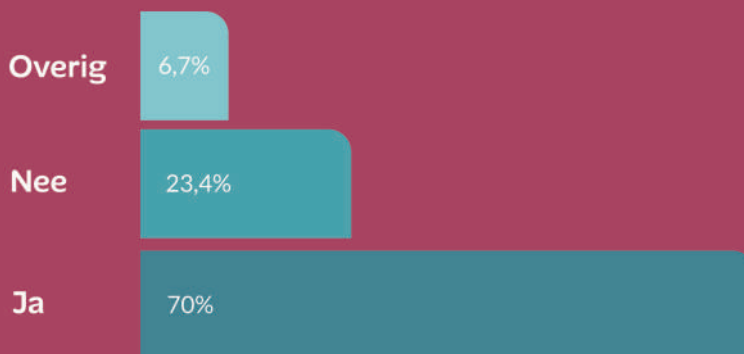
Durov waarborgt privacy en het platform kan daarop worden ingesteld. Volgens Telegram worden de berichten en media versleuteld opgeslagen op de server, net zoals de communicatie tussen client en server, mits je dat zelf instelt. Eindredacteur Privacy- en Security van onlineblog Tweakers, Tijs Hofmans, stelt dat Telegram helemaal niet zo anoniem is als veel mensen denken: "Als je het hebt over de versleuteling van Telegram, moet je daar een behoorlijke kanttekening bij maken, omdat deze er eigenlijk helemaal niet is."

Telegram heeft volgens Hofmans een app die in eerste instantie niet versleuteld is. Als je dat zelf instelt, worden berichten tussen jou en de ontvanger pas versleuteld. Hiervoor wordt gebruik gemaakt van een eigen crypto-grafisch protocol. In kindertaal is dit een geheime afspraak tussen computers, over hoe ze veilig met elkaar praten. Ze spreken samen af hoe ze berichten kunnen versturen dat niemand anders kan meelesen.

Zo blijven gesprekken veilig en privé (SSL Corp, 2024). Telegram heeft dit protocol altijd gehad, maar het is volgens Hofmans niet betrouwbaar. “Telegram heeft dat eigen protocol, maar daarvan zegt iedere beveiligingsonderzoeker dat het onveilig en makkelijk te kraken is.”

Alle ‘geheime chats’ op Telegram die voorzien zijn van end-to-end encryptie, en andere functies (zoals automatisch verdwijnende berichten en de mogelijkheid om accounts te registreren zonder dat je je telefoonnummer openbaar maakt), lijken het platform anoniem en privacy gericht te maken (Focused Privacy, Discussion Groups, Seamless Web Bots And More, 2019). Maar, de anonimiteit zit hem in heel iets anders: “De enige reden dat Telegram dat imago heeft is omdat ze zeggen, het maakt ons geen ruk uit wat er op ons platform gedaan wordt, wij komen niet in actie en werken niet mee met autoriteiten,” zegt Hofmans.

## Je bent baas van Facebook. Een extremistische groep gebruikt via Facebook een geheime groep om acties te coördineren. De politie vraagt toegang tot de groep. Geef je toegang?



\*Gebaseerd op 30 respondenten

“

# Je kunt Telegram voor jezelf veilig maken.

”

## Dealend in de digitale schaduw

Op een openbare plek in Hilversum is er afgesproken met Klaas. Klaas is een zogeheten 'loopjongen'. Hij vertelt dat mensen met hem in contact kunnen komen via WhatsApp, Snapchat en Telegram.

Die laatste twee vindt hij voor zijn business het veiligst: “Op Snapchat worden berichten automatisch verwijderd en het wordt vooral door jongeren gebruikt. Telegram is als je het goed gebruikt heel handig voor ons,” zegt hij, “Je kunt Telegram voor jezelf veilig maken.”

Klaas benoemt enkele functies zoals het verbergen van je telefoonnummer en het versleutelen van je berichten. Maar hij

heeft nog een truc die ervoor zorgt dat hij veilig kan dealen: “Ik stel in dat als mensen mij appen ik ze moet accepteren en dan stellen we altijd de vraag van wie ze het nummer hebben gekregen. Dit houden we bij zodat we weten wanneer iets niet klopt.” Het verkopen doet Klaas nog steeds ouderwets op de stoep, maar dit zou ook via Telegram kunnen.

## Van chatapp naar marktplaats

Telegram is tegenwoordig niet alleen meer een 'chat-app'. Het platform biedt ook 'mini-apps' aan. Hiermee kunnen gebruikers, bedrijven en ontwikkelaars eigen diensten, tools en zelfs webwinkels op Telegram aanbieden. Dit maakt Telegram een marktplaats waar (digitale) producten en diensten direct aan gebruikers verkocht kunnen worden. Hierdoor verandert Telegram van een communicatiemiddel in een platform waar vraag en aanbod van digitale diensten en producten samenkomen.

Gebruikers worden zo niet alleen consument van communicatie, maar ook van allerlei digitale goederen en services. Dit concept wordt ook wel commodificatie genoemd (van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M, 2016, p. 44) (Bandurenko, 2025).

Voor criminelen betekent dit een veilige broedplaats om informatie uit te wisselen, te rekruteren, of illegale handel te organiseren, zonder direct het risico te lopen om opgespoord te worden (TozettaBlog, 2024) (Van Rijswijk & Wichgers, 2025).

Telegram kan ook worden bekeken vanuit een psychologisch perspectief. Het gedrag van de crimineel is beïnvloedbaar door

privacy-richtlijnen. WhatsApp heeft geen toegang tot chats maar los daarvan, zien ze wel andere informatie. Zoals waar je bent, hoe laat je iets verstuurt, waar je de app gebruikt en of je mogelijk met anderen bent. Dit noemen we metagegevens. Daarnaast heeft WhatsApp nooit uitgesproken dat ze niet samenwerken met autoriteiten.

We weten dat Telegram heel privacy gericht lijkt, door het 'woord' van Durov, de end-to-end-versleuteling en andere privacy gerichte functies. Dit is ook de reden waarom loopjongen Klaas, Telegram boven WhatsApp verkiest.

Bij WhatsApp weet Klaas dat het platform data verzamelt en dat deze data mogelijk kan worden vrijgegeven voor een opsporing van de politie. Klaas past zijn gedrag aan en kiest ervoor minder tot geen drugs te verkopen via WhatsApp.

Het risico dat ze hem linken, vinden en veroordelen voor een misdrijf via WhatsApp is groter dan bij Telegram. Hij weet dat er mensen mee kunnen kijken in zijn operatie. Gelukkig, want Klaas denkt dat Telegram zijn privacy waarborgt. Het concept van gedrag aanpassen door het gevoel dat iemand (mee)kijkt heet een panopticum (Strikwerda, 2022). En omdat Klaas zijn gedrag (drugs verkopen) niet wil aanpassen kiest hij ervoor om actiever te zijn op Telegram.

Een kanttekening bij Durov's arrestatie is dat hij geen heilig boontje is. Hij lijkt misschien op Robin Hood, tussen andere multimiljonairs die onze veiligheid niet

waarborgen, zoals Bezos en Musk, maar Durov zit momenteel weggedoken in Dubai sinds hij is vrijgelaten voor zijn arrestatie.

## Arrestatie

Durov kan worden beschouwd als anti-hero. In de zomer van 2024 wordt hij opgepakt in Frankrijk wanneer hij met zijn privéjet landt op Bourget Airport, vlakbij Parijs. De arrestatie vond plaats op basis van een Frans arrestatiebevel, als onderdeel van een onderzoek naar ernstige misdrijven die via Telegram zouden zijn gepleegd.

Na zijn arrestatie bleek dat hij verdacht werd van medeplichtigheid aan meerdere misdrijven, waaronder: het verspreiden van kinderporno via Telegram, drugshandel en witwassen via het platform, fraude en georganiseerde misdaad en het herhaaldelijk weigeren om informatie te verstrekken aan Franse opsporingsdiensten over gebruikers en berichten (Arrestatie van Telegram-oprichter Pavel Durov Werpt Nieuw Licht op Privacy en Wetshandhaving, z.d.).

Na deze arrestatie is er veel veranderd met het platform, volgens Hofmans. Zo zou Telegram een periode gehad hebben waarin er veel en strenge regulatie was. De meest ernstige kanalen, groepen en misdrijven zijn verwijderd van het platform of aangegeven. Zo kaart Hofmans ook de gebeurtenis aan over de bangalijsten. Deze lijsten werden gemaakt door studentenverenigingen waarin vooral mannelijke studenten beoordelingen gaven aan de seksuele prestaties van vrouwelijke studenten. De politie en verschillende stichtingen hebben ervoor gezorgd dat Telegram de meeste lijsten van het platform heeft verwijderd.


“In de meest extreme gevallen, en wanneer Telegram echt onder vuur ligt, werken ze mee aan het uitleveren van criminelen en het vrijgeven van informatie.” Maar dit heeft wel veel moeite gekost zegt Hofmans: “Ieder normaal platform werkt mee met de politie, maar Telegram deed dit nooit en dat heeft ook tot de arrestatie van Durov geleidt.”

Deze veranderingen hebben ook veel gevolgen voor de gebruikersgroepen van Telegram. Waar voorheen alles mocht, wordt er nu steeds minder geaccepteerd op het platform. Hofmans: “Tegenwoordig kan je als bedrijf, stichting of autoriteit makkelijker zeggen dat er content verwijderd moet worden en dan doet Telegram dat ook”.

### Het kanaal van Klaas

Telegram publiceert na de arrestatie ook meer transparantierapporten. Hierin wordt bijgehouden hoeveel en welke data op verzoek van overheden gedeeld wordt. Dit is een vorm van dataficatie waarbij niet alleen gebruikersdata wordt verwerkt, maar ook het proces van data-uitwisseling zelf wordt gekwantificeerd en geanalyseerd. Hoewel gedwongen, vindt Hofmans de rapporten toch een schijn van goed gedrag (van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M, 2016, p. 39) (DPG Media Privacy Gate, z.d.-b).

Hij voorspelt dat Telegram gaat doen alsof ze heel goed bezig zijn, met transparantiepagina's en maandelijkse rapporten: “Als je de grote en meest besproken kanalen verwijdert, dan kun je laten zien dat je goed



bezig bent, maar alle kleine en ver weggestopte kanalen zullen de mogelijkheid behouden om te handelen via Telegram. En dit zal Telegram ook willen en weten. Het zal blijven bekendstaan als het platform waar alles kan en mag.”

Eén van die kleine ver weggestopte kanalen zal van Klaas zijn. Hij trekt zich niet veel aan van de naam Pavel Durov. Sterker nog, het doet geen belletje bij hem rinkelen. Nadat ik hem vertel over Durov, de arrestatie en de veranderingen in het privacybeleid, blijft Klaas rustig en reageert hij erg nonchalant:



“Het klinkt natuurlijk niet goed, maar dat is niet persé voor ons heel alarmerend.”

Hij legt uit en bevestigt wat Tijs Hofmans voorspelde, namelijk dat er nog veel meer en veel grotere illegale zaken worden gedaan op het platform, en dat hij samen met de andere loopjongens en zijn baas geen risicogroep vormen. “Wij houden het alleen bij wiet en hasj, en geen harddrugs of extreme hoeveelheden.” Als ik Klaas vraag of Telegram in zijn ogen nog veilig is, antwoordt hij dus zonder twijfel: “Ja.”

### **Vertrouwen boven technologie**

Dus tenzij je Tony Soprano, Scarface of Walter White heet, ben je als kleine crimineel volgens Hofmans en Klaas nog niet dicht bij een setje handboeien en ijzeren tralies. Voor de regionale dealer blijft Telegram, ondanks alle commotie, een verrijking van diens ‘imperium’. Telegram is slechts een technische tool, maar veel belangrijker is de ‘Word of Mouth’, oftewel: de garantie en het vertrouwen onderling.

# How Letterboxd reshaped film criticism

What makes the perfect Letterboxd review? Something short, funny, and dripping in cultural references. “Two sentences max. A zinger. Maybe a reference. Boom, viral.”

This is the vibe on Letterboxd, a social media platform for movie freaks that has simultaneously democratised and transformed film criticism. Since launching in 2011, it’s grown to over 17 million users (Chandonnet, 2025) who don’t care about your PhD in cinema studies, they care about whether your review makes them laugh.

**Capucine Bandeville**



“

There's pressure  
to be funny or ironic.  
You kind of know  
what works and  
what doesn't.

”

In theory, this democratising force is liberating. In practice, it has created a new form of gatekeeping. One where visibility is earned not by expertise but by likes (The Franklin Post, n.d.). Letterboxd didn't eliminate traditional film criticism; it superimposed a new system where wit and brevity triumph over depth and analysis. Indeed, the length of the most popular reviews is a perfect illustration of this phenomenon (Popular Reviews, 2023).

Yet, this transformation is not merely stylistic. It reshapes the very question of who gets to speak authoritatively about cinema (sub.editors, 2022) (Ergul, 2022). According to a film critic interviewed, this shift “doesn't destroy traditional criticism, it bypasses it.” For him, Letterboxd doesn't oppose professional discourse but creates “a parallel space governed by entirely different rules: attention, humour, and virality.”

At the same time, passive users like Elodie, a 20-year-old cinephile, confirm that what they seek is not expertise but resonance: “I just want to find someone who puts into words what I felt.”

### The datafication of critique

At its core, Letterboxd exemplifies what José van Dijck calls a ‘platform society’: a social ecosystem where platforms don't merely facilitate interaction but actively shape and structure it through their design and algorithms (Van Dijck et al., 2018). The platform converts the subjective experience of film watching into quantifiable data: ratings, likes, follower counts, and engagement metrics. This datafication process, fundamentally alters how film discourse operates (DiBenedetto & Cavender, 2024).

In this way, the value of an opinion no longer depends on how informed or analytical it is, but on its ability to be liked.

## Length of the most popular reviews on Letterboxd

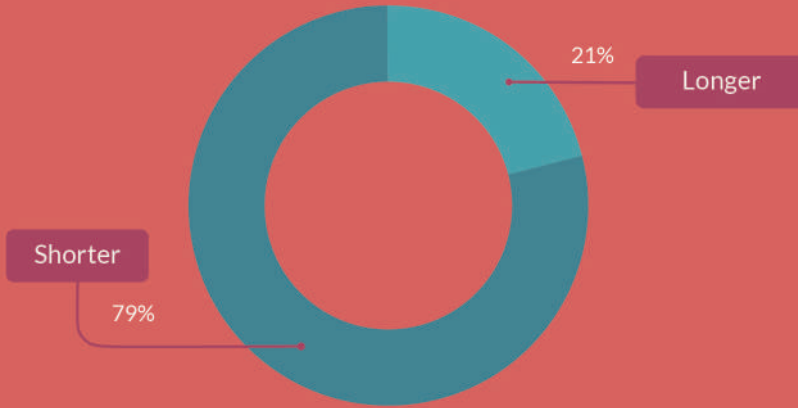
More than one sentence

5%

One sentence

95%

## How many of the most popular one-sentence Letterboxd reviews are under 100 characters?



This changes not just the critic, but also the reader. Elodie explains that she doesn't write reviews because she feels she lacks legitimacy, not in terms of taste or knowledge, but in terms of style: "There's pressure to be funny or ironic. You kind of know what works and what doesn't," she says. The analysis of the 20 most popular reviews on Letterboxd reveals a striking pattern: short and humorous sentences.

When compared to professional criticism in publications like *Sight & Sound* or *Film Comment*, where the average review spans 800-1200 words and typically includes technical terminology, the contrast becomes stark.

This attention economy creates what Shosana Zuboff terms 'behavioural surplus': user data that becomes a commodity itself (2023). Each review, rating, and interaction

generates valuable information that Letterboxd can leverage. The platform's business model depends on maximising engagement, which inevitably influences what kind of criticism rises to visibility.

### The new gatekeepers

Film criticism has always had gatekeepers. Traditionally, they were editors at prestigious publications who determined which voices received platforms. Letterboxd gives liberation from these institutional barriers. Indeed, anyone can create an account and start reviewing (sub.editors, 2022). Yet, this apparent democratisation conceals new, algorithmic forms of gatekeeping.

The key mechanism behind this transformation is what media theorist José van Dijck calls 'programmability'. It's the platform's ability to influence user behaviour through its technical architecture. Letterboxd's

interface prominently displays likes and follower counts, subtly encouraging users to optimise for these metrics (Ergul, 2022). The result is a form of criticism that's performative rather than analytical, designed to be seen rather than to illuminate.

A film optic points out this shift in power: "We've moved from editorial validation to platform validation. But the result is still exclusionary. It's just that the rules have changed." Instead of cultural knowledge or argumentative structure, visibility is now tied to 'platform fluency'. That's why Elodie, like many other passive users, chooses not to write: "I don't feel I speak the language."

“

I don't feel  
I speak the  
language.

”

### Stylistic conformity

Michael Foucault's concept of the panopticon (you know, the prison where inmates self-regulate their behaviour because they might be watched at any moment) offers a useful lens for understanding Letterboxd's effect on critical expression (1993). Users know their reviews are potentially visible to millions, creating a constant awareness of being observed that shapes how they write.

This awareness manifests in stylistic conformity. The comparison between highly popular reviews and less visible ones reveals that successful users often employ similar rhetorical strategies:

This performance creates a feedback loop. As certain styles gain traction, they become templates that other emulate to achieve similar success. The platform doesn't explicitly demand this conformity, it emerges organically from the visibility incentives built into its design (DiBenedetto & Cavender, 2024). This is what Thomas Elsaesser might recognise as the 'platform unconscious': the implicit norms that shape expression even when users believe they're acting independently.

Conclusion: new languages of cinephilia: So, has Letterboxd liberated film criticism from elitism or merely reconfigured its power structures? The answer is complex. The platform has undeniably made film discourse more accessible, diverse, and participatory. Voices previously excluded from established critical circles now reach global audiences. Yet this democratisation

carriers its own constraints: algorithmic visibility that rewards certain forms of expression while rendering others effectively invisible.

What emerges is not the death of traditional criticism but a bifurcation of film discourse. Academic and professional criticism continues in its established venues, while platforms like Letterboxd nurture a different language of cinephilia: one that prizes immediacy, relatability, and performative authenticity over analytical depth. This dual ecosystem reflects broader tensions in our platform society. As more cultural experiences migrate to digital platforms, they're inevitably shaped by the logic of datafication and commodification. The challenge for both creators and users, is to recognise these structural influences while finding ways to preserve the authentic connection to art that motivates criticism in the first place.

Letterboxd hasn't simplified film discourse; it has made it more complex by adding new layers of mediation between viewers and films. Understanding this complexity is essential for navigating a media landscape where algorithms increasingly determine not just what we see, but *how* we see it.





★★★  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

★★★  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

★★  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

★★★★  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

★★  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

★★★★  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

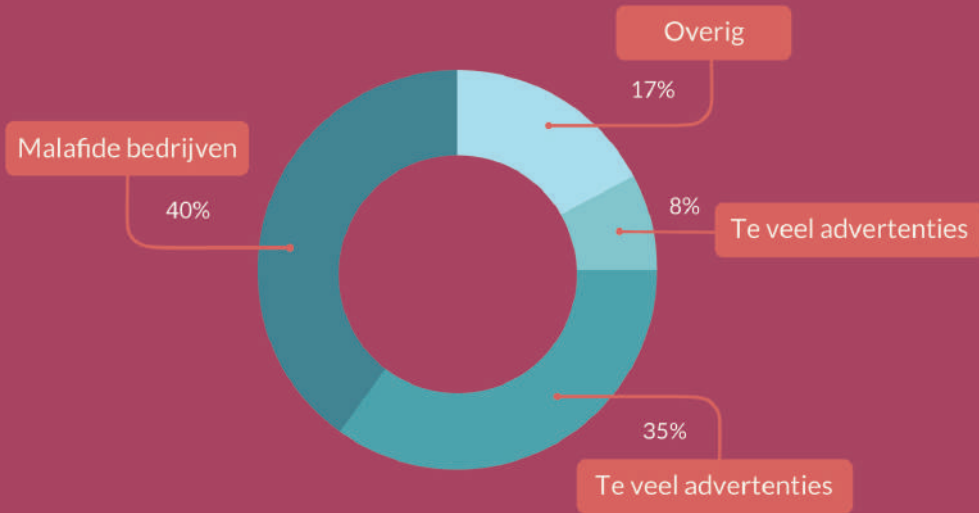
# De dubbele rol van Pinterest

Met een aantrekkelijke interface en eindeloze stromen aan beelden heeft Pinterest een levendige community van makers en dromers aangetrokken. Echter, met de groei van advertenties en commerciële content lijkt er een verschuiving plaats te vinden naar een marketingplatform, waardoor een belangrijke vraag opkomt: is Pinterest nog steeds een platform voor creatieve vrijheid, of is het inmiddels veranderd in een marketingmachine?

**Liv Maas**



## Redenen voor ontevredenheid



\*Gebaseerd op 100 Trustpilot reviews

Het vroege ochtendlicht wierp een zacht oranje gloed door de ramen van mijn woonkamer, alsof het wanhopig probeerde wat warmte te brengen op deze ijskoude zondagochtend. Ik voelde de kou nog in mijn botten zitten toen ik met een diepe zucht op de bank neerplofte en mezelf onder een dikke deken wurmde. Met een dampende mok koffie binnen handbereik opende ik Pinterest, hopen op wat inspiratie om de dag op gang te krijgen. Mijn duim gleed gedachteloos over het scherm, terwijl ik door ideeën voor nieuwe meubels, recepten die ik toch nooit zou maken, en woonkamers die altijd net iets te perfect waren, scrolde.

En daar was hij weer. Diezelfde vloerlamp. Hoe vaak had ik hem nu al voorbij zien komen? Te vaak om te tellen. "Nee, ik heb écht geen nieuwe lamp nodig," fluisterde ik mezelf zoals altijd toe, maar mijn vinger

bleef hangen boven de advertentie. De warme, gouden gloed van de lamp leek precies te passen bij de ochtendzon die nu door de gordijnen piepte. Ach, waarom ook niet? Misschien was het toch een teken...

En dus, terwijl ik overwoog of ik toch die lamp moest kopen, besepte ik hoe subtiel Pinterest je van inspiratie naar aankoop drijft. Wat ooit een plek was om ideeën te verzamelen, voelt nu steeds meer als een winkelmandje dat je vult zonder het door te hebben. Uit een recent onderzoek van Nielsen, in samenwerking met Pinterest, blijkt zelfs dat het platform de nummer één bron van inspiratie is, voorbij traditionele media zoals tijdschriften en televisie. (How inspiration drives results, 2022). Maar die inspiratiebron heeft een kantelpunt bereikt; volgens onderzoek van Reuvenkamp van de Universiteit Utrecht legt Pinterest tegenwoordig steeds meer

de nadruk op commercie in plaats van op creatief delen. (Joyce Reuvenkamp, 2024) Wat betekent dit voor de gebruikerservaring? En waar ligt de grens tussen inspiratie en beïnvloeding?

### De keerzijde van inspiratie

Pinterest ligt steeds vaker onder vuur vanwege de overvloed aan advertenties en de manier waarop het persoonlijke data verzamelt. Dit zien we ook terug in de cijfers: een eigen data-analyse van de 100 meest recente Trustpilot-reviews laat zien dat maar liefst 75% van de gebruikers ontevreden is over de hoeveelheid advertenties en de twijfelachtige bedrijven die daarachter schuilen.

De frustratie groeit, en met reden. Andrew Hutchinson van Social Media Today bevestigt dat het probleem dieper gaat dan alleen de stortvloed aan reclame; het platform legt een subtiele, maar constante druk op consumentisme. Opvallend uit Hutchinsons onderzoek was dat 72% van de consumenten aangaf dat Pinterest hen inspireerde tot een aankoop, terwijl ze oorspronkelijk helemaal niet op zoek waren naar iets specifiek (Andrew Hutchinson, 2018). Terwijl gebruikers worden geïnspireerd door creatieve ideeën, worden ze onbewust aangemoedigd om meer te kopen dan ze nodig hebben.

In de hedendaagse maatschappij wordt consumentisme vaak geprezen als een maatstaf voor succes, en sociale media bestendigen het idee dat geluk gekocht kan worden, wat leidt tot de normalisering van overconsumptie van goederen en

diensten. De recente opkomst van influencers compliceert dit nog verder, omdat zij levensstijlen tonen die vaak onbereikbaar zijn, wat druk creëert onder alle demografieën om voortdurend meer te verwerven (Andriuška, 2024). Wat ooit een bron van inspiratie was, dreigt nu te veranderen in een aanjager van koopverslaving.

Arthur, een 20-jarige mediavormgevingstudent, gebruikt Pinterest al jarenlang als zijn go-to-platform voor creatieve inspiratie. "Ik gebruik platforms zoals Pinterest vooral om ideeën op te doen voor school, kleding en leuke vakanties. Ik gebruik het een of twee keer per week en ik heb er al een lange tijd gebruik van gemaakt," vertelt hij. Wat Arthur het meest aanspreekt in Pinterest, is de nauwkeurigheid van de voorgestelde inhoud. "De voorstellen zijn veel accurater dan wat je op Google vindt. Als ik bijvoorbeeld zoek naar 'outfit met een leren jas,' krijg ik ideeën die echt bij mijn stijl passen. Het voelt alsof Pinterest mijn interesses beter begrijpt dan andere apps." Echter, deze positieve ervaring wordt overschaduwd door de toenemende hoeveelheid advertenties die hij tegenkomt. "Vroeger gebruikte ik Pinterest veel voor graphic design en posters, maar nu voelt het alsof ik steeds meer reclame krijg in plaats van inspiratie, wat ervoor zorgt dat ik nu minder tijd op het platform doorbreng." Deze verschuiving naar commerciële content heeft niet alleen invloed op zijn gebruik, maar roept ook vragen op over de gegevensverzameling die achter deze advertenties schuilgaat.

“

In een wereld  
waar creativiteit  
steeds meer wordt  
gemedieerd door  
commerciële  
belangen, staat  
Pinterest op  
een kruispunt.

”

## Het verdienmodel

In de platformsamenleving die José van Dijck beschrijft, zijn digitale platforms meer dan alleen handige hulpmiddelen. Het zijn de ruimtes waar steeds meer van ons sociale en economische leven plaatsvindt. Deze platforms volgen en sturen ons gedrag voortdurend om data te verzamelen die hun eigen groei ondersteunt. Pinterest is hier een goed voorbeeld van, aangezien het gebruikmaakt van datafictie waarbij elke interactie (van het bekijken tot het opslaan van een pin) wordt vastgelegd. (Blz. 39, Van Dijck, 2016).

Het algoritme van Pinterest analyseert deze gegevens om gepersonaliseerde content en advertenties te creëren, wat de gebruikerservaring optimaliseert en de betrokkenheid vergroot. Dagelijks verwerkt het platform ongeveer 20 terabytes aan nieuwe data, en inmiddels heeft het meer dan 10 petabytes (10.000 terabytes)

aan gebruikersinformatie verzameld (Pinterest Engineering, 2022).

In de huidige tijd is het strategisch inzetten van data krachtiger en invloedrijker dan ooit. Volgens het GWI Report beïnvloeden platforms zoals Pinterest steeds vaker belangrijke beslissingen in ons dagelijks leven, van het kiezen van een outfit tot het plannen van een vakantie. Gebruikers krijgen gepersonaliseerde suggesties voorgeschoteld die direct inspelen op hun voorkeuren en interesses, wat onbewust hun keuzes stuurt (GWI Report, 2023). Dit proces, bekend als commodificatie, houdt in dat gebruikersdata wordt omgezet in een verhandelbaar product, waarbij elke interactie wordt benut voor het sturen van gerichte advertenties (Blz. 44, Van Dijck, 2016).

## Pinterest koopsturing

Gepersonaliseerde  
aanbevelingen

Gesponsorde advertenties

Organische inspiratie

Pins met prijzen



Het verdienmodel van Pinterest is sterk afhankelijk van deze advertenties; het platform genereert inkomsten door bedrijven de mogelijkheid te bieden om hun producten te promoten via gesponsorde pins, wat de cyclus van gegevensverzameling en commerciële stimulering verder versterkt.

Uit een zelf uitgevoerd onderzoek, waarin gedurende acht dagen tien zoekopdrachten over schoenen uitvoerde en tien interacties met pins bijhield, blijkt dat Pinterest's dataverzameling gebruikers steeds verder richting aankopen stuurt. De gegevens tonen aan hoe het platform gepersonaliseerde marketing toepast om specifieke producten te promoten op basis van gebruikersgedrag. De onschuldige pins, waaronder organische inspiratie en gepersonaliseerde pins, vertonen na slechts twee dagen van dataverzameling een constante dalende lijn, terwijl marketinggerichte pins, zoals gesponsorde pins en pins met prijzen, de overhand nemen. Dit sluit aan bij het onderzoek van Reuvenkamp, dat aantoont dat de interface van Pinterest zo is ontworpen dat het gebruikers actief richting commerciële inhoud en aankopen stuurt. (Joyce Reuvenkamp, 2024). In plaats van de nadruk te leggen op sociale interactie, krijgen functies die gericht zijn op algoritmische selectie, een proces waarbij algoritmen data gebruiken om inhoud te cureren op basis van gebruikersvoorkeuren en -gedrag, en het stimuleren van aankopen voorrang. (Blz. 54, Van Dijck, 2016).

Het verdienmodel van Pinterest is sterk verbonden met real-time bidding, een

systeem dat begon met Google. Marvin van Bekkum, een expert op het gebied van digitale marketing en algoritmische advertenties, legt uit dat dit systeem gebruik maakt van algoritmes om advertenties te cureren op basis van gebruikersgedrag: "Advertenties worden geselecteerd door adverteerders die bieden op beschikbare ruimte." Deze aanpak stelt adverteerders in staat om gebruikers specifieke advertenties te tonen die hun interesses weerspiegelen. "Op het moment dat je content bekijkt die je interessant vindt op zo'n platform, wordt



er steeds meer van dat soort content aan je getoond. Dit gebeurt ook op Pinterest: hoe meer je interesses worden geanalyseerd, hoe meer je alleen dingen te zien krijgt die binnen dat interessegebied vallen.” Op een gegeven moment zie je bijna niets anders meer, waardoor je creatieve vrijheid beperkt wordt, wat de druk om aankopen te doen aanzienlijk verhoogt.

### **Panopticon**

Ook Arthur heeft last van de commercieel ingerichte interface van Pinterest.

De advertenties hebben een aanzienlijke impact op zijn gebruikservaring. “De manier waarop ze tussen de pins verschijnen, is verwarrend. Ze lijken op gewone pins, maar zodra ik erop klik, ontdek ik dat het een reclame is. Daardoor vertrust ik de inhoud minder.” Toch heeft Arthur een zekere acceptatie van de rol die datafificatie speelt. “Ik weet niet precies hoeveel data er wordt verzameld, maar ik realiseer me dat het bijdraagt aan het algoritme. Het voelt als een eerlijke ruil voor de gepersonaliseerde ervaring, maar die opdringerige

advertenties zijn wel storend.” Hij voelt ook een groeiende consumptiedruk: “Die constante stroom van producten en trends laat me nadenken over wat ik ‘zou moeten’ kopen, en dat kan behoorlijk frustrerend zijn. Als ik iets vaker voorbij zie komen, voel ik me ook veel sneller geneigd om het te kopen.”

Arthurs ervaringen met de toenemende advertenties op Pinterest zetten de deur open naar een discussie over controle en observatie binnen het platform. Het doet denken aan het concept van het panopticon, een idee dat ooit werd bedacht door filosoof Jeremy Bentham. Hij bedacht een systeem waarin gevangenen gemakkelijk in de gaten kunnen worden gehouden, en mensen altijd het gevoel hebben dat ze in de gaten worden gehouden, zonder ooit te weten wanneer of hoe dat precies gebeurt (Tokmetzis, 2010).

Michel Foucault borduurde voort op het idee van een bewaker die alles ziet, en gebruikte het als een krachtige metafoor voor onze moderne maatschappij, waar onzichtbare machtsstructuren ons gedrag vaak in stilte controleren en beïnvloeden (Foucault, 1975).

Shoshana Zuboff introduceert in dit kader het concept van surveillancekapitalisme, waarin bedrijven onze persoonlijke data verzamelen en analyseren om gedrag te voorspellen en te sturen. Deze praktijken zorgen ervoor dat gebruikers niet alleen het gevoel hebben dat ze worden geobserveerd, maar dat hun keuzes en gedragingen actief worden gevormd door onzichtbare

algoritmische processen die commerciële belangen dienen. Zuboff waarschuwt dat deze systemen een nieuwe vorm van macht belichamen, waarbij gebruikers het onderwerp zijn van dataverzameling en manipulatie zonder duidelijke toestemming of bewustzijn (Shoshana Zuboff, 14 mei 2019).

### Overweldigende transparantie

Op Pinterest is deze controle niet te missen. Het platform verzamelt een schat aan gegevens over wat gebruikers doen, welke pins ze bekijken, opslaan en delen en gebruikt die informatie om gerichte advertenties en op maat gemaakte content aan te bieden. Hoewel veel gebruikers, waaronder Arthur, zich niet altijd bewust zijn van de details van deze dataverzameling, heeft de constante ondertoon van observatie toch een grote impact.

Dit besef, dat hun online activiteiten worden gevolgd, kan hen onbewust aanzetten om hun gedrag aan te passen. Hierdoor verschuift Pinterest langzaam maar zeker van een bron van creatieve inspiratie naar een omgeving waarin gebruikers subtiel worden geleid naar commerciële keuzes. Dit onzichtbare toezicht helpt hen om aankopen te doen, vaak zonder dat ze zich realiseren hoe hun voorkeuren worden gemanipuleerd.

Hoewel transparantie en een zorgvuldiger omgaan met gebruikersgegevens door grote platforms een mogelijke oplossing lijken voor de commercialisering, benadrukt Marvin van Bekkum dat volledig privacyvriendelijk adverteren in de praktijk

vaak niet haalbaar is. Hij wijst op platforms die gebruikers de optie bieden om gerichte advertenties al dan niet te ontvangen, maar voegt eraan toe: “Het probleem met transparantie is dat gebruikers snel kunnen worden overweldigd door te veel informatie.” Daarnaast merkt hij op dat het tonen van volledig ongerichte advertenties onwaarschijnlijk is, aangezien het verzamelen van data de kern vormt van het verdienmodel van platforms zoals Pinterest. Van Bekkum stelt dat transparantie geen oplossing biedt om de beperking van creatieve vrijheid tegen te gaan. Hij pleit echter wel voor meer bewustzijn: “Het creëren van bewustzijn is in zekere zin mogelijk, maar momenteel maken mensen zich weinig zorgen over de hoeveelheid data die wordt gedeeld. Ze zouden zich meer bewust moeten zijn van wat er met hun gegevens gebeurt en hoe dit hun creatieve vrijheid beïnvloedt.”

In een wereld waar creativiteit steeds meer wordt gemedieerd door commerciële belangen, staat Pinterest op een kruispunt. Het platform biedt zowel inspiratie als een platform voor consumptiedruk, wat de gebruikerservaring transformeert. Pinterest fungeert als een marketing-machine, waarbij gebruikers als brandstof dienen voor de eindeloze cyclus van advertenties. Het is essentieel om kritisch te reflecteren op onze digitale interacties en de impact van dataficatie op onze creatieve vrijheid.

“

Ze zouden  
zich meer  
bewust  
moeten zijn  
van wat er  
met hun  
gegevens  
gebeurt en  
hoe dit hun  
creatieve  
vrijheid  
beïnvloedt.

”

# De invloed van Grindr op het zelfbeeld

“Je stuurt een foto en wordt meteen geblokkeerd,” zegt Guus (23). “Dan denk je: ben ik zo lelijk?” Grindr is de app voor snelle ontmoetingen voor homoseksuele mannen. Maar achter de gesprekken zit oppervlakkigheid, afwijzing en een schoonheidsideaal. Dit heeft impact op het zelfbeeld van veel gebruikers, ook al lijkt het allemaal zo gemakkelijk en spannend.

**Bram Schot**

“

Je voelt je even  
gezien, maar  
een moment  
later komt de  
teleurstelling.

”

Op een rustige avond besloot Guus (23) Grindr te openen, iets wat hij vaak deed als hij even afleiding zocht. Terwijl hij door de profielen scrolde, kreeg hij een bericht van 'MuscleGuy87': "Je ziet er goed uit!" Het gaf hem een boost van zelfvertrouwen. Niet veel later werd hij geblokkeerd toen hij een foto van zijn gezicht stuurde. Dit raakte iets in hem, het herinnerde hem aan zijn onzekerheden. Even twijfelde hij of hij de app moest sluiten, maar in plaats daarvan bleef hij scrollen, zoekend naar dat ene profiel dat zijn humeur zou verbeteren.

Grindr is de populairste app voor mannen die seks hebben met mannen (MSM) en biedt een snelle manier om contacten te leggen. De app richt zich op directe, seksuele ontmoetingen zonder langdurige gesprekken of verplichtingen. Door locatie-tracking zie je snel wie er in de buurt is, wat het proces veel sneller maakt dan 'normaal' daten.

Grindr biedt gemak, avontuur en een gevoel van gemeenschap, vooral voor mensen die zich in de offline wereld niet altijd geaccepteerd voelen. Een paar klikken geven toegang tot honderden profielen. De snelle bevestiging van een berichtje geeft een boost aan je ego. Je voelt je even gezien, maar een moment later komt de teleurstelling. Hoe beïnvloed Grindr het zelfbeeld van homoseksuele mannen door oppervlakkige bevestiging en afwijzing?

### **Toxische cultuur**

Hoewel Grindr de mogelijkheid biedt om nieuwe mensen te ontmoeten, kan de app ook leiden tot zelfperceptieproblemen.

Onderzoek van Christopher Ponce over zelfperceptie, laat zien dat de cultuur op Grindr vaak toxisch is. Gebruikers worden continu beoordeeld op hun uiterlijk: spiermassa, lichaamsvorm, huidskleur en zelfs leeftijd (2020). Dit leidt tot een afwijzingscultuur: als iemand niet voldoet aan het 'ideaal', wordt hij vaak direct genegeerd of geblokkeerd. De app is een digitale ruimte waar uiterlijk het belangrijkste is, omdat het toch gaat om de fysieke aantrekkingskracht vanwege 'de hook-up cultuur'. Dit zorgt ervoor dat gebruikers zichzelf steeds meer gaan vergelijken met anderen.



De anonimiteit van de app zorgt ervoor dat mensen vaak directer zijn in hun opmerkingen. De app bevordert het lichaamsideaal binnen de homo-gemeenschap, waarbij gespierd, slank en perfect vaak als de norm wordt gezien. Daarnaast maakt Grindr het eenvoudig om voorkeuren in te stellen, waardoor profielen die aan specifieke criteria voldoen, worden getoond. Dit kan leiden tot het uitsluiten van bepaalde lichaamstypes, wat bijdraagt aan een cultuur waarin alleen bepaalde vormen van het lichaam geaccepteerd worden, zo

stellen Chan en Wu-Ouyang in hun onderzoek, gepubliceerd in *Sexuality Research and Social Policy* (2025).

#### **\*Hook up cultuur\***

De hook-up cultuur draait om casuele seks, zoals one-night stands. Zonder dat er per se gevoelens of emotionele betrokkenheid of een relatie bij komt kijken. Het gaat vooral om plezier en spontaniteit, zonder de druk van langdurige verplichtingen.

Maar hoe groot is dat effect echt? Om dit beter te begrijpen, werd een experiment uitgevoerd waarbij twee profielen, één met een gespierd lichaam en één met een 'normaal' lichaam, dezelfde berichten stuurden naar 25 willekeurige gebruikers

De resultaten tonen hoe sterk uiterlijk de kans op een reactie bepaalt en hoe afwijzing of blokkeren een rol speelt. Het gespierde profiel kreeg meer reacties, wat de invloed van schoonheidsnormen bevestigt. Ook de toon verschilde: bij het gespierde profiel lag de focus op uiterlijk. Met reacties zoals: "Lekker lichaam heb je", terwijl het 'normale' profiel minder reacties kreeg en gesprekken vaker over hobby's en interesses gingen. Dit benadrukt hoe Grindr-gebruikers anders omgaan met profielen op basis van het heersende schoonheidsideaal.

Guus ervaart deze toxische omgeving ook op Grindr. Vooral door de nadruk op uiterlijk, waarbij de gesprekken niet verder komen dan de vraag of iemand 'top of bottom' is. Dit maakt het platform afstandelijk en onpersoonlijk, in tegenstelling tot gesprekken die je bijvoorbeeld tijdens het uitgaan zou voeren. Hij merkt op dat gebruikers zich vaak aanpassen aan de cultuur van de app, door bijvoorbeeld niet te reageren op mensen die ze niet aantrekkelijk vinden. Dit zorgt voor een herhaling van oppervlakkige gesprekken.

Hij vertelt dat hij regelmatig het gevoel heeft gehad dat zijn lichaam niet voldoet aan het ideale plaatje dat op de app gepromoot wordt. "Je wordt constant beoordeeld op hoe gespierd je bent, of je een dun

### **\*Top en Bottom\***

Een top is iemand die tijdens seksuele activiteiten de actieve, penetrerende rol op zich neemt, terwijl een bottom juist de passieve, ontvankelijke rol vervult en meestal degene is die gepenetreerd wordt.

lichaam hebt, en als je dat niet hebt, ben je bij 80% van de mannen al afgeschreven," zegt Guus. Deze constante beoordeling heeft invloed op hoe je jezelf bekijkt.

Psycholoog Ilse Elzinga legt uit dat herhaalde afwijzing op apps zoals Grindr het zelfbeeld kan beschadigen: "Afwijzing kan leiden tot de gedachte dat er iets mis met je is," zegt ze. Dit kan het ego raken en onzekerheid versterken. Het constante vergelijken met onrealistische schoonheidsidealen laat innerlijke eigenschappen en emoties naar de achtergrond verdwijnen. "Grindr kan een afweermechanisme zijn tegen gevoelens van onzekerheid," legt ze uit. Gebruikers zoeken bevestiging van anderen, waardoor hun zelfwaarde alleen nog gebaseerd wordt op externe goedkeuring.

### **Paradox of exposure**

De paradox of exposure, is wat de app zo problematisch maakt. De app biedt de kans om zichtbaar te zijn en verbindingen te maken, maar het vergroot ook de kans op afwijzing, schaamte en kwetsende reacties. De zichtbaarheid op Grindr, een platform dat een veilige omgeving zou moeten zijn voor de MSM-community, komt vaak met negatieve gevolgen.

Volgens Bonner-Thompson (2023) zorgt dit voor een constante tweestrijd: aan de ene kant wil je gezien worden, maar tegelijkertijd ben je bang voor de emotionele schade die die blootstelling met zich meebrengt. Uit het onderzoek A Double-Edged Sword van Jennifer Caldwell en John H.N. Fisher, blijkt dat media zowel een bron van steun als stress is voor LHBTQ+ jongeren. Ze helpen gevoelens van eenzaamheid te verminderen: 74% van de LHBTQ+ jongeren ervaart platforms als steun. Tegelijkertijd is 72% bang voor online pesterijen bij openbare zichtbaarheid (2023). Dit laat blijken hoe platforms zoals Grindr zowel verbinding als kwetsbaarheid met zich meebrengen.

Voor Guus is Grindr een plek waar je in een paar seconden beoordeeld wordt en die snelle afwijzingen raken je zelfvertrouwen. Het gevoel van nooit goed genoeg zijn, omdat je lichaam niet past in de 'standaard'

van de app, zorgt ervoor dat hij zichzelf vaak met anderen vergelijkt en zijn zelfbeeld hieronder lijdt. Guus merkt op dat deze afwijzingscultuur en objectificatie, waarbij de focus ligt op uiterlijk en lichamelijke aantrekkingskracht, de app een omgeving maakt waar mensen moeilijker hun eigenwaarde kunnen vinden.

Ondanks deze negatieve ervaringen blijft hij de app gebruiken, vanwege de eenvoud en snelheid ervan: "Als je dronken bent en je komt thuis van uitgaan, dan kan je binnen tien minuten met iemand afspreken." Je stelt in wat je zoekt en voor wanneer, in dit geval komt dat neer op 'looking for right now.' Dit is ook wat veel gebruikers aangeven: een grote meerderheid zoekt naar directe, korte termijnverbindingen, laat het onderzoek van Gabriel McStravick blijken (2022).

## Gebruikers op Grindr zoeken naar

Chatten

5,5%

Daten

10,5%

Vriendschap

5%

Nu direct

47%

Relatie

5%

\*Gebaseerd op 426 respondenten

47% van de gebruikers geeft aan op zoek te zijn naar een seksuele ontmoeting: 'right now'. De piek in gebruikers die 'right now' selecteren ligt rond middernacht, waarbij het aantal gebruikers vanaf 20:00 uur sterk toeneemt. Hoewel dit Grindr efficiënt maakt, draagt het ook bij aan een cultuur van objectificatie en afwijzing, zoals Guus heeft ervaren.

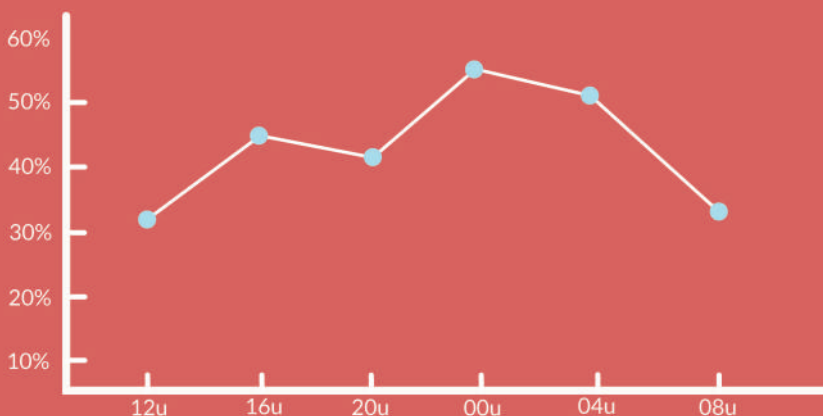
### Blijven scrollen

Grindr lijkt gebruikers, zoals Guus, te verleiden om te blijven scrollen, ondanks de keerzijde. Waarom blijven gebruikers dan toch actief op de app? Grindr maakt net zoals andere apps gebruik van dataficatie. Dat is het proces waarbij aspecten van ons leven worden omgezet in gegevens, zodat ze gemeten en geanalyseerd kunnen worden. Professor J. van Dijck, gespecialiseerd in vergelijkende mediastudies, bespreekt dit in een onderzoek gepubliceerd in *Surveillance & Society*. Grindr verzamelt en verwerkt gegevens over je locatie,

profielinformatie, interacties en voorkeuren, wat invloed heeft op hoe de app jou en anderen laat zien. Deze data worden vervolgens gebruikt om een gepersonaliseerde ervaring te creëren, waardoor de app aantrekkelijk blijft en gebruikers voortdurend in contact komen met profielen die zijn afgestemd op hun gedrag.

Daarnaast maakt Grindr gebruik van de attention economy, waarbij gebruikers als waardevolle hulpbronnen worden gezien. In het boek *The Attention Merchants* schrijft Tim Wu, dat platforms zoals Grindr je aandacht vasthouden door constant nieuwe meldingen, matches en berichten te sturen (2019). Deze interacties zijn ontworpen om je aandacht te trekken en je te laten blijven scrollen, zelfs als de interacties oppervlakkig zijn. Dit creëert een omgeving waarin je continu wordt aangesproken, maar ook vaak wordt geconfronteerd met afwijzing of oppervlakkige bevestiging.

## Gebruikers op zoek naar Right Now



\*Gebaseerd op 426 respondenten

“Als je kijkt naar de positieve aspecten die gebruikers ervaren, kan dat zwaarder wegen dan de negatieve ervaringen,” zegt Ilse Elzinga. Daarnaast speelt dopamine een belangrijke rol: elke keer dat een gebruiker een match krijgt of positieve reacties ontvangt, komt er een dosis dopamine vrij in de hersenen, wat een gevoel van beloning en plezier veroorzaakt. “Deze neurologische beloning versterkt het verlangen om door te gaan met swipen, omdat het een gevoel van validatie biedt,” legt Elzinga uit. Het krijgen van deze sociale bevestiging voelt vaak krachtiger dan de negatieve kanten van het gebruik van de app, waardoor gebruikers terug blijven keren.

#### **Verdienmodel**

Grindr is vooral ontworpen om je aandacht vast te houden, waarbij de focus ligt op blijven scrollen en chatten in plaats van daadwerkelijk een date regelen of een serieuze relatie vinden. Dit komt doordat de app niet alleen je gegevens gebruikt om je ervaring te personaliseren, maar deze ook gebruikt als verdienmodel. Dit proces wordt commodificatie genoemd, zoals beschreven in *De Platformsamenleving* (2016). Hierbij worden gebruikersgegevens omgezet in economische waarde.

In *The Age of Surveillance Capitalism* beschrijft S. Zuboff (2019) hoe dit past binnen het bredere patroon van surveillancekapitalisme, waarbij verzamelde data wordt ingezet voor gerichte advertenties en andere commerciële doeleinden. Dit verdienmodel laat zien dat, hoewel Grindr gratis lijkt, gebruikers in werkelijkheid betalen met hun persoonlijke informatie.

“

Deze  
neuro-  
logische  
beloning  
versterkt het  
verlangen  
om door te  
gaan met  
swipen.

”

Naast dit verdienmodel biedt Grindr een premium versie, genaamd Grindr XTRA, die gebruikers extra functies biedt, zoals het verwijderen van advertenties, onbeperkt browsen door profielen en toegang tot meer zoekfilters. Grindr heeft daarnaast een nog uitgebreidere premium optie, Grindr Unlimited, dat voordelen biedt zoals onbeperkt berichten versturen en een verhoogde zichtbaarheid op de app.

### Onbewust toezicht

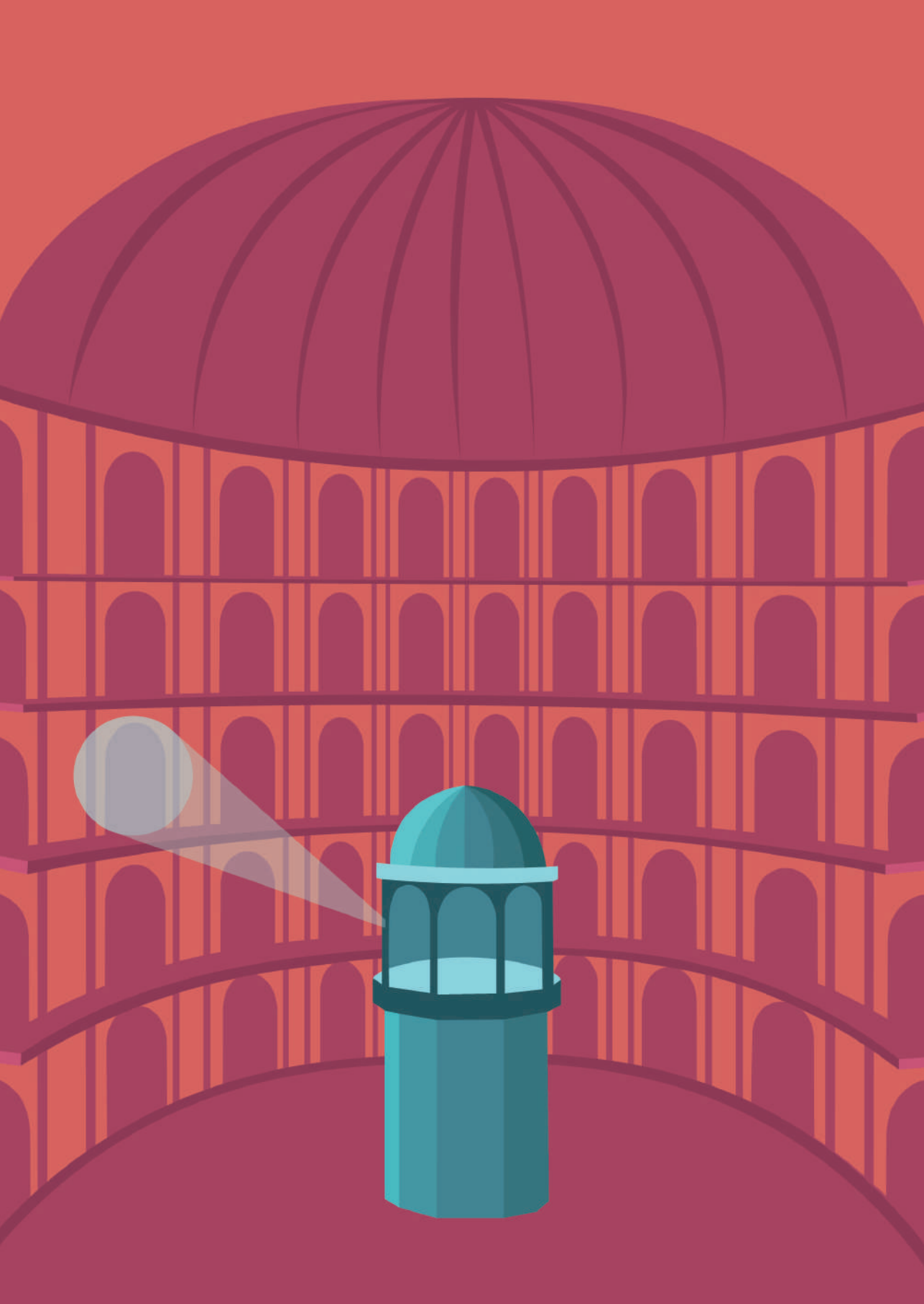
“Ik sta er niet bewust bij stil dat de app mij in de gaten houdt,” zegt Guus. Hoewel hij toegeeft dat er waarschijnlijk een algoritme achter de app zit, denkt hij niet dat dit invloed heeft op zijn gebruik van de app. Veel gebruikers van digitale platforms zijn zich er niet van bewust dat ze in de gaten worden gehouden. Zo schrijft Sietze Kai in een artikel op KA online: “Elke knop die je indrukt, elk moment dat je er bent wordt vastgelegd, vaak meer dan je doorhebt (2021).”

Dit constant bekeken en beoordeeld worden komt overeen met het concept van het panopticum, waarbij je het gevoel hebt altijd onder toezicht te staan. Zonder daadwerkelijk te weten wanneer je precies wordt bekeken, legt Litska Strikwerda uit in een webcolumn van de Open Universiteit (2022). Je bent meer bezig met hoe je jezelf presenteert aan andere gebruikers, dan met de manier waarop het platform jouw gegevens verzamelt.

Het toezicht komt niet alleen vanuit het platform. Mann, Nolan en Wellman, beschrijven in hun onderzoek voor

Surveillance & Society (2003), dat medegebruikers ook controleren wat je doet. Op platforms zoals Instagram, X en TikTok verschijnen vaak gesprekken van Grindr, meestal om bepaald gedrag te tonen. Dit laat zien dat gebruikers niet alleen elkaar in de gaten houden, maar ook screenshots maken en die openbaar delen. Je wordt constant bekeken door het platform en de medegebruikers.

Grindr biedt gebruikers de mogelijkheid om snel verbindingen te maken. Ondanks de negatieve ervaringen blijven veel gebruikers zoals Guus scrollen, omdat de app hen de eenvoud en snelheid biedt die ze zoeken. “Het is belangrijk om stil te staan bij wat het gebruik van de app voor jou betekent. Wat wil je ermee bereiken en waarom gebruik je het?” zegt Elzinga. Ze raadt aan om je bewust te zijn van het effect dat de app heeft op je zelfbeeld en de verwachtingen die je hebt van anderen. Daarnaast kan het helpen om regelmatig in gesprek te blijven met vrienden of mensen in je omgeving over je ervaringen met de app. Dit kan helpen om de invloed van de app te relativiseren en niet alles persoonlijk op te nemen.





“

Hoe zeker  
ben je van  
wat je ziet,  
deelt en kiest?

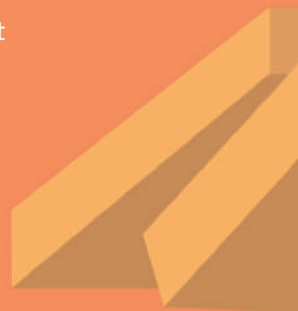
”

# Signal en 'backdoors' voor veiligheidsdien- sten

Steeds meer mensen stappen over op Signal, omdat deze app jouw gegevens beschermt in plaats van verkoopt (Van der Burgt, 2024). De sterke versleuteling van Signal zorgt er echter voor dat veiligheidsdiensten communicatie moeilijker kunnen onderscheppen.

Minister Yesilgöz van Justitie en Veiligheid vindt dat het de effectiviteit van opsporingsonderzoek belemmert (Hartholt, 2022).

**Aileen Suijkerland**







“Ik denk dat de Nederlandse wetgeving het werk van opsporingsdiensten moeilijker maakt dan de versleuteling zelf,” zegt Wouter, kapitein bij de Koninklijke Landmacht tijdens een videogesprek. Op het scherm verschijnt zijn halflange blonde haar en open gezicht; midden dertig, rustig maar alert. Hij is onderweg naar familie en heeft een lange rit voor de boeg. Af en toe onderbreekt de navigatie onze woorden.

Wouter gebruikt Signal zo nu en dan om met collega's te communiceren. “WhatsApp en Signal zijn end-to-end encrypted. Signal

dan wel wat meer,” zegt hij. Toch twijfelt hij aan de belofte van volledige privacy. “Het blijft een gratis app en niets is gratis. Ik vermoed dat er toch iets wordt verzameld, bijvoorbeeld mijn locatie.” Terwijl Wouter praat, hoor ik een twijfel in zijn stem: wie kijkt er nu met hem mee?

Steeds meer ambtenaren, waaronder Wouter, stappen over op Signal vanwege de focus op privacy en beveiliging (Signalapp, 2025a). Tegelijk roept het gebruik van de app vragen op: willen we dat veiligheidsdiensten kunnen meekijken in sterk



versleutelde chatapplicaties? Wat weegt zwaarder: de veiligheid van onze samenleving of de bescherming van jouw privacy?

### Concurrentie van WhatsApp

Signal heeft wereldwijd miljoenen gebruikers (RTL Nieuws, 2025), met Nederland als een van de koplopers (Bazzi, 2025). De app is ontwikkeld door Signal Messenger LLC en wordt ondersteund door de non-profitorganisatie Signal Foundation, die zich inzet voor privacyvriendelijke communicatie. De geschiedenis van Signal begint in 2012, toen Moxie Marlinspike

de eerste versie van de app lanceerde. In 2018 sloot Brian Acton, medeoprichter van WhatsApp, zich aan. Hij verliet WhatsApp en Facebook in 2017 omdat hij niet langer achter hun verdienmodel stond, dat draait om het verzamelen van gebruikersdata. Samen met Marlinspike richtte hij de Signal Foundation op om de missie van Signal – veilige communicatie zonder commerciële belangen – te ondersteunen. Acton investeerde maar liefst 50 miljoen dollar van zijn eigen geld in de oprichting van de Signal Foundation (Marlinspike, 2018; Signal Foundation, z.d.).

### Metadata

Bryan Suijkerland is cybersecurity-expert bij Defensie en bevestigt dat end-to-end-encryptie aanwezig is bij zowel WhatsApp als Signal. Toch wijst hij op een belangrijk verschil: “Dat zit hem in de openheid van de code. Signal is open-source, wat betekent dat de code openbaar is en iedereen kan zien hoe de applicatie werkt. Zo kunnen ontwikkelaars fouten opsporen en doorgeven.” Hij legt uit dat end-to-end-encryptie ervoor zorgt dat berichten bij verzending worden versleuteld en alleen door de ontvanger kunnen worden ontsleuteld. Over het verdienmodel van Signal zegt hij: “Signal wordt gefinancierd door donaties en heeft geen commercieel belang bij dataverzameling. Dit staat haaks op de manier waarop bigtech-platformen zoals WhatsApp werken, die verdienen aan datafictie.”

Van Dijck, Poell en De Waal (2016) omschrijven datafictie als het proces waarbij alles wat je online doet wordt omgezet in data.

Bedrijven en overheden gebruiken deze gegevens om patronen te herkennen en voorspellingen te doen. Binnen dit proces speelt selectie een cruciale rol: gebruikers kiezen welke informatie voor hen relevant is, terwijl algoritmen bepalen welke data wordt uitgelicht en welke wordt gefilterd.

Suijkerland luistert aandachtig naar Wouters twijfels. Zodra het onderwerp op metadata komt, wordt Suijkerland enthousiast. Hij praat met focus en laat zich niet afleiden door het geroezemoes op de achtergrond van zijn kantoor. Hij legt uit dat de verzameling van gegevens, zoals locatie-informatie, verband houdt met metadata en dataficatie. Metadata zijn gegevens over gegevens, zoals het unieke adres van je apparaat op internet. Metadata geven waardevolle informatie over communicatiepatronen en gedrag. Hierdoor kunnen bedrijven verdienmodellen opbouwen waarin metadata worden gebruikt voor advertentiedoeleinden en gedragsanalyse. En zonder dat je het doorhebt, liggen de gegevens van jou en je kinderen op straat.

Big Data is het geautomatiseerd analyseren van grote hoeveelheden data om patronen en voorspellingen te ontdekken. Dit biedt kansen, maar roept ook ethische en privacyvragen op (Digitale Overheid, 2021). Volgens Boyd & Crawford (2011) is Big Data niet slechts een verzameling neutrale gegevens, maar een krachtig middel dat afhankelijk is van wie er toegang toe heeft en hoe het wordt ingezet. Dit sluit aan bij de zorgen over metadata en het verdienmodel van gratis apps.

In het kader van dataficatie wordt steeds vaker gediscussieerd over hoeveel controle de overheid mag hebben over persoonlijke gegevens. België wil via een Europees voorstel toegang krijgen tot alle foto's, video's en URL's die je via apps zoals Signal en WhatsApp verstuurt. Dit voorstel is bedoeld om kindermisbruik tegen te gaan, maar roept grote zorgen op over de balans tussen veiligheid en privacy. Bij invoering zou het de privacy sterk aantasten en de werking van end-to-end-encryptie onder druk zetten (Signalapp, 2024a).

### Blinde 'digitale' vlek

In een eerder artikel van De Correspondent werd geschreven dat onze privacy misschien beter beschermd lijkt, maar dat dit in de praktijk tegenvalt. Ondanks meer bewustzijn en strengere wetgeving blijft de handhaving zwak, terwijl de surveillance-industrie zich razendsnel ontwikkelt. AI en slimme technologieën verzamelen steeds meer data, terwijl de bescherming van burgers daarbij achterblijft (Martijn, 2025).

Uit onderzoek van de Autoriteit Persoonsgegevens (2019) blijkt dat privacybescherming een belangrijke zorg is. Maar liefst 94% van de mensen maakt zich zorgen over de veiligheid van hun persoonlijke gegevens. Als het gaat om digitale veiligheid, maakt 7% van de Nederlanders zich zeer veel zorgen, 45% enige zorgen en 48% weinig zorgen (Conradie & Kellij, 2024). Hoewel deze cijfers aantonen dat mensen privacy belangrijk vinden, lijkt digitale veiligheid een minder hoge

“

Privacy gaat  
niet over het  
verbergen van  
iets, maar over  
de vrijheid om  
niet bekeken  
te worden.

”

prioriteit te hebben.

Dit contrast is opvallend. Terwijl Signal die zorgen juist kan wegnemen, blijft digitale veiligheid voor velen een blinde vlek.

### **Te veel controle**

De discussie over versleutelde communicatie raakt aan een eeuwenoud principe van toezicht: het panopticum. Dit concept, bedacht door filosoof Jeremy Bentham, beschrijft een systeem waarin mensen zich altijd bekeken kunnen voelen, zonder te weten of ze daadwerkelijk in de gaten worden gehouden. Het idee wordt vaak gebruikt als metafoor voor moderne surveillance: als burgers weten dat overheden of bedrijven mogelijk meekijken, zullen ze hun gedrag aanpassen.

Signal doorbreekt dit model deels. Door sterke encryptie kunnen overheden niet zomaar meekijken, wat de dynamiek tussen veiligheid en toezicht verandert. Critici

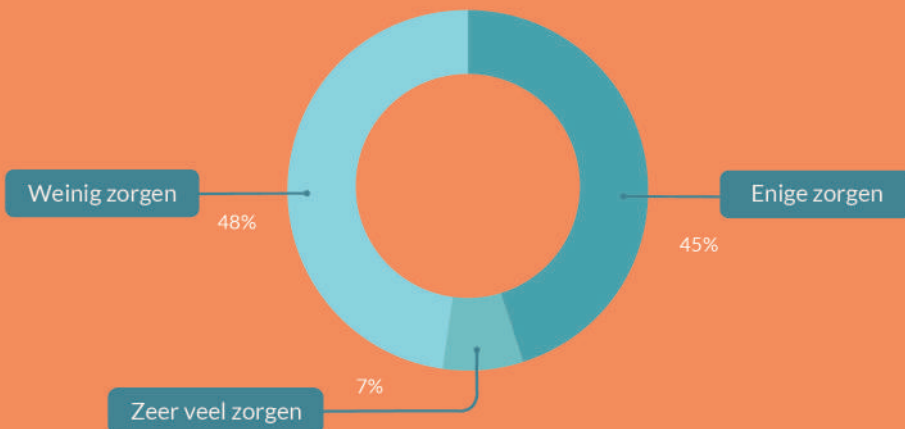
stellen dat dit het opsporen van criminelen bemoeilijkt, terwijl anderen juist benadrukken dat privacy een fundamenteel recht is dat beschermd moet worden tegen een staat met te veel controle (Strikwerda, 2022; Foucault, 2018).

In de VS werd een journalist per ongeluk toegevoegd aan een Signal-groep en kon ongemerkt meekijken, zonder dat encryptie hem tegenhield. Zo lekten geheime militaire plannen over aanvallen op Houthis rebellen uit. Het incident laat zien dat niet alleen technologie, maar ook menselijk handelen bepaalt wie er werkelijk meekijkt (Van der Mee, 2025).

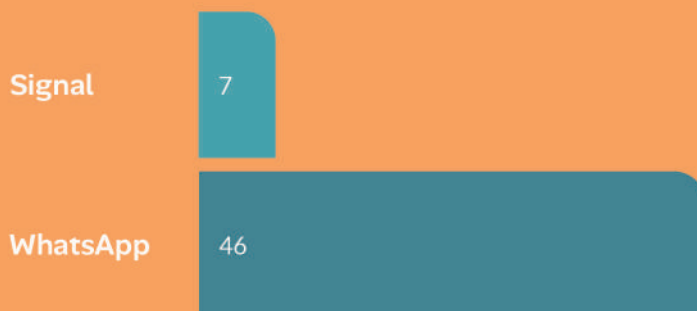
### **Als de deur eenmaal openstaat...**

Suijkerland ziet een directe verbinding tussen het panopticumprincipe, metadata en het risico van backdoors. Volgens hem wordt het principe van Benthams panopticum versterkt door moderne datafictie:

## Hoeveel maak jij je zorgen over je digitale veiligheid?



## Hoeveel metadata wordt er verzameld?



“Eigenlijk zegt al deze informatie natuurlijk heel veel over een gebruiker of een gebruikersgroep in een bepaalde regio.” Metadata kunnen gemakkelijk worden ingezet om burgers onzichtbaar te monitoren, wat sterk lijkt op Benthams idee van een systeem van continu toezicht.

Hoewel Signal veel minder metadata verzamelt dan WhatsApp, benadrukt Suijkerland dat geen enkele app volledig vrij is van metadata, omdat een minimale hoeveelheid nodig is voor basisfunctionaliteit. Het echte gevaar zit volgens hem in apps zoals WhatsApp en Facebook. Deze verzamelen grote hoeveelheden gebruikersdata en verdienen daar geld mee. Daardoor worden mensen eigenlijk voortdurend in de gaten gehouden, zonder dat ze het doorhebben.

Wouter vertelt dat hij zich er deels van bewust is hoeveel data big tech verzamelt

en doorverkoopt. Terwijl hij dit zegt, hoor ik een korte aarzeling in zijn stem. “Dit proces, waarbij gebruikersdata worden omgezet in een verdienmodel, staat bekend als commodificatie,” leg ik uit. Aan de andere kant van de lijn lijkt Wouter na te denken. “Maar alles wat ik hier bespreek is toch niet gerubriceerd?” zegt hij uiteindelijk, zijn toon licht onverschillig. “Waarom zou ik dan volledig overstappen op Signal?” (Van Dijck et al., 2016). Het klinkt alsof hij zich bewust is van de risico’s, maar ze tegelijkertijd niet als een direct probleem ervaart. “Zelfs als je geen gevoelige informatie deelt, kan de manier waarop je communiceert al een patroon vormen dat waardevol is voor anderen,” aldus Suijkerland. De lijn blijft even stil; alleen het zachte geluid van de motor op de achtergrond verraadt dat Wouter nog steeds luistert.

Suijkerland waarschuwt bovendien expliciet voor backdoors: opzettelijk ingebouwde achterdeuren waarmee veiligheidsdiensten zouden kunnen meekijken in communicatie. Hoewel hij begrip heeft voor het doel om ernstige criminaliteit, zoals kindermisbruik, te bestrijden, benadrukt hij dat het toevoegen van backdoors een extra open deur creëert die ook door anderen kan worden gebruikt. Dit maakt communicatieplatforms minder veilig, omdat niet alleen de overheid, maar ook kwaadwillenden hiervan kunnen profiteren.

Hij stelt dat sterke encryptie nodig is om te voorkomen dat burgers voortdurend het gevoel hebben dat ze worden bekeken. Volgens hem is het beschermen van deze versleuteling en het voorkomen van achterdeuren cruciaal om de balans te bewaren tussen privacy en veiligheid, ondanks de groeiende druk van overheden die toegang willen tot versleutelde communicatie. Toch blijft dit een ingewikkelde discussie, die zowel in Nederland als internationaal speelt. “Verkiezen we dan de privacy van de gebruikers of de nationale veiligheid?” zegt Suijkerland met een dubbel gevoel.

### **Prijskaartje van gemak**

Cybernetic Forests (2021) deelt een interessante quote: “We trade our privacy for information about ourselves and the conveniences,” wat betekent dat mensen vaak onbewust akkoord gaan met het opgeven van hun privacy in ruil voor gemak en gepersonaliseerde diensten. “Ik denk dat gemak gewoon voor heel veel mensen een ding is. Mensen zien het vooral als een last als ze extra stappen moeten zetten,” vertelt

“

Verkiezen  
we dan de  
privacy  
van de  
gebruikers  
of de  
nationale  
veiligheid?

”

Wouter. Privacy en gemak gaan niet altijd goed samen.

Mensen willen veiligheid en controle over hun gegevens, maar in de praktijk blijkt bruikbaarheid vaak de doorslaggevende factor. “Ik denk in dit geval dat die bruikbaarheid gewonnen heeft,” deelt Suijkerland kritisch.

Totdat privacy niet meer vanzelfsprekend is  
De discussie over encryptie, privacy en opsporing draait steeds om dezelfde vraag: hoeveel controle willen we opgeven voor veiligheid? “Het is een risico dat je neemt,” zegt Wouter. “Uiteindelijk kan alles gevolgd worden: je telefoon, je auto, je ov-chipkaart. Misschien is het beter om gewoon op te gaan in de massa.” Hij verwoordt wat veel mensen voelen: zolang je niets verkeerd doet, is er weinig reden tot zorgen. Maar Suijkerland ziet daar juist het gevaar. “Privacy gaat niet over het verbergen van iets, maar over de vrijheid om niet bekeken te worden.” Met de opkomst van metadata-analyse en dataficatie is het niet meer nodig om berichten te lezen om gedrag te voorspellen. “Wat je online doet, wordt continu omgezet in patronen en analyses.” Dat is de werkelijke macht van big tech en overheden.

Tokmetzis en Martijn (2016) benadrukken dit gevaar ook. Zij stellen dat wie zegt ‘niets te verbergen’ te hebben, vaak niet beseft hoeveel persoonlijke informatie dagelijks wordt verzameld, verkocht en misbruikt voor commerciële doeleinden. Maar als zelfs Wouter, die vanuit zijn werk de risico’s kent, Signal slechts deels gebruikt, hoe realistisch is het dan dat de gemiddelde burger bewust voor privacy kiest?

Gemak wint het vaak van veiligheid – totdat privacy niet meer vanzelfsprekend is.

Privacy lijkt belangrijker dan ooit, maar tegelijkertijd verliezen we er steeds meer grip op. “Steeds meer mensen zijn ermee bezig, anders zouden we dit gesprek niet voeren,” zegt Suijkerland. “Toch blijft de bewustwording achter, omdat dataficatie zich steeds verder uitbreidt.” Terwijl Suijkerland spreekt, hoor ik op de achtergrond meldingen binnenkomen – sporen van ons digitale bestaan. Hoewel Wouter vertrouwt op de middelen die opsporingsdiensten al hebben, waarschuwt Suijkerland voor de onomkeerbare gevolgen van achterdeuren in encryptie. Signal belooft gebruikers volledige privacy, maar hoelang blijft dat houdbaar als dataficatie steeds dominantier wordt en overheden meer controle eisen?

Ik stel me een toekomst voor waarin privacy slechts een vage herinnering is geworden. Elke stap die ik zet wordt gevolgd, en zelfs militaire beslissingen liggen volledig in handen van algoritmes. Tegelijkertijd hoop ik op een andere, utopische toekomst waarin we bewust grenzen stellen aan digitale surveillance, en vrijheid en veiligheid kunnen samengaan zonder onze zelfstandigheid te verliezen. Uiteindelijk draait het om één vraag: hoeveel privacy willen we écht opgeven voor veiligheid?

# Hoe Airbnb druk legt op wonen in Amsterdam

Appartementen kopen, opknappen en vervolgens verhuren op Airbnb. Het klinkt als een perfecte baan, vind je niet? Maar is het wel ethisch verantwoord als je kijkt naar de tijd waar we nu in leven?

**Chayenne van der Heijdt**

“

Uit principe  
wil ik het  
platform Airbnb  
ook eigenlijk  
niet meer  
gebruiken.

”

Sophia is twintig jaar oud en haar hele leven speelt zich af in Amsterdam. Zou het niet allemaal een stuk makkelijker zijn als Sophia daar dan ook zou kunnen wonen? Ze is de afgelopen 3 jaar al aan het zoeken naar geschikte woonruimte. Het is niet eens meer op twee handen te tellen hoeveel appartementen ze de afgelopen maand al heeft bezichtigd. Sophia kreeg afgelopen week toen ze een appartement aan het bezichtigen was een appje van haar moeder. Er stond een linkje van Airbnb bij met de tekst: "Had jij dit appartement niet bezichtigd?" Het appartement dat Sophia graag had willen hebben, is gekocht door een ander om het vervolgens uitsluitend te verhuren op Airbnb.

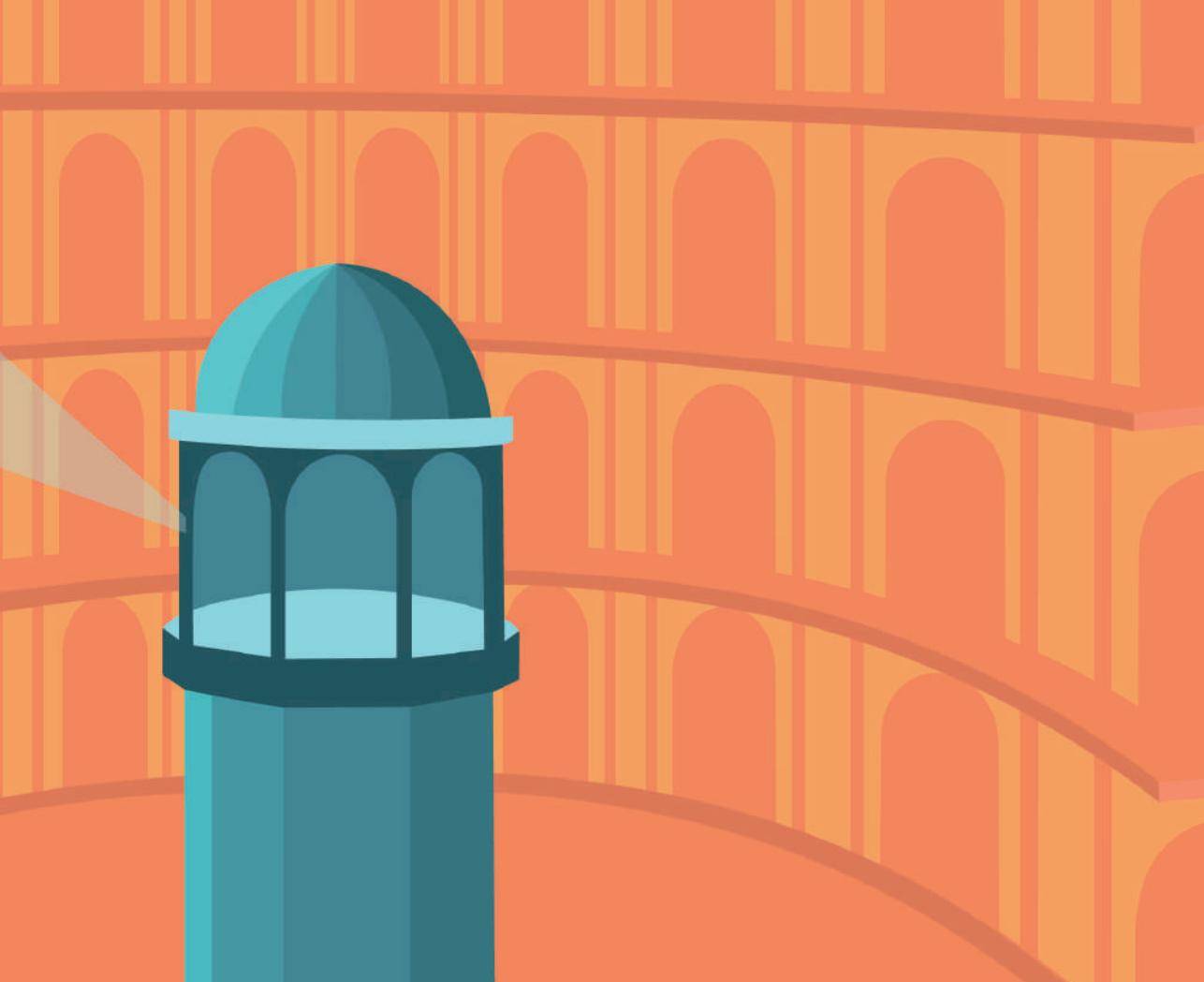
### Airbnb

Volgens de website van Airbnb is het platform opgericht in 2007 door Brian Chesky, Nathan Blecharczyk en Joe Gebbia. Volgens het boek: *The Airbnb Story*, van Leigh Gallagher (2017) is het idee achter Airbnb oorspronkelijk ontstaan toen de huur van Brian Chesky en Joe Gebbia's appartement omhoog ging en ze snel aan geld moesten komen. Ze kwamen toen op het idee om een lege kamer in hun appartement te vullen met luchtmatrassen en deze te verhuren aan de leden van een grote bijeenkomst die in hun stad zou plaatsvinden. Een bed and breakfast of zoals ze het zelf noemde: een 'air bed and breakfast.' Zo is de naam van het grote platform Airbnb ontstaan.

We leven tegenwoordig in een platform-samenleving (Van Dijck, 2016). Een platform-samenleving is een systeem dat wordt

aangestuurd door data en algoritmes. De platformen hebben hierdoor veel informatie over ons en is daarom een onderdeel geworden van onze identiteit. Je kan bij Airbnb een accommodatie huren of verhuren. Op de website van Airbnb staat aangegeven dat het platform gebruikmaakt van algoritmes om zoekresultaten te genereren die de gebruikers leuk kunnen vinden. Er wordt hierbij gebruikgemaakt van een selectie. Met selectie wordt bedoeld dat er zoveel Airbnb's beschikbaar zijn dat er een keuze wordt gemaakt, door in dit geval





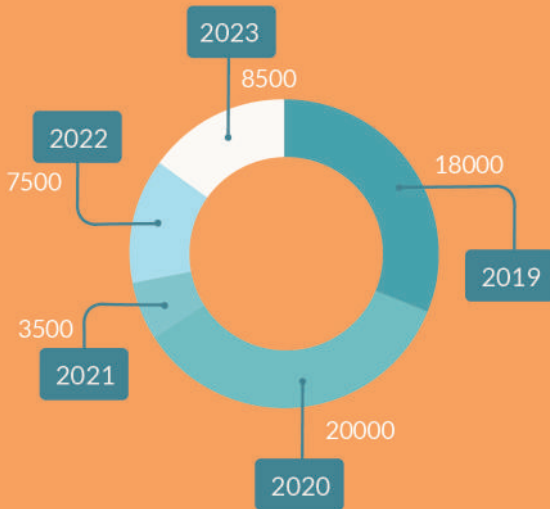
een algoritme, welke accommodaties jij als gebruiker allemaal te zien krijgt. Ook staat op de website van Airbnb vermeld welke gegevens ze over jou verzamelen. Hiermee kan een koppeling worden gemaakt aan het panopticum principe van Michel Foucault. Dit denkmodel laat zien hoe een gevangene continu vanuit een toren in de gaten wordt gehouden door een bewaker zonder dat de gevangene dit doorheeft. Het voelt als platform gebruiker alsof er constant op je gelet wordt en hierdoor ga je je gedrag aanpassen. Dit is in de digitale wereld dat gefocust is op dataverzameling

en algoritmes een steeds groter probleem aan het worden.

### **invloed op de huizencrisis**

Je kan als host zijnde je appartement of huis verhuren op het platform. Handig als je bijvoorbeeld op reis gaat voor zes maanden en zo toch wat bij kan verdienen. Zo komt je huis niet leeg te staan voor een aantal maanden. Deze hosts zijn niet het probleem, maar je hebt niet alleen hosts die hun eigen appartement verhuren op het platform, maar ook investeerders die

## Aantal Airbnb's in Amsterdam



een appartement kopen, dit opknappen om het vervolgens te verhuren op Airbnb. Deze huizen worden daarmee weggenomen uit de huizenmarkt die op dit moment al een puinhoop is (Het Parool, 2021). Het is daarom van maatschappelijk belang dat de huizen en appartementen gaan naar de mensen die dit het hardst nodig hebben en dat zijn niet de toeristen.

Woningexpert Frank Wassenberg vertelt dat er veel verschillende soorten varianten zijn van het probleem voor de woningmarkt door Airbnb. "Je hebt mensen die echt alleen huizen kopen om het voor de Airbnb te verhuren, daarmee onttrek je echt een woning." Hij vertelt dat er ook heel veel stelletjes zijn op het platform die allebei

een eigen woning hebben en deze apart van elkaar op het platform verhuren. "Ze zetten allebei de woningen op Airbnb, zo vaak als het volgens de richtlijnen mag en op het moment dat de een beet heeft slaapt die bij de ander," vertelt Wassenberg. Dit is niet per se een woning onttrekken aan de markt, maar als je kijkt naar een stel dat eigenlijk wil en kan gaan samenwonen houden ze hiermee toch een extra woning in beslag. "Die tweede woning is dan eigenlijk gewoon een melkkoe," volgens Wassenberg.

### Impact

De woningcrisis in Nederland is een groot probleem (Nieuwsblad, 2024). Jongeren die het huis uit willen maar voor de komende jaren niet aan de beurt zijn, studenten die niet kunnen wonen in de stad waar ze studeren of jonge koppels die willen wonen in Amsterdam maar dit onmogelijk wordt gemaakt door de hoge prijzen. De teller van het woningtekort in Amsterdam staat al op 45.000 (NH Nieuws, 2023). Dit zal volgens een jaarlijks onderzoek van vastgoedadviseur Capital Value en ABF Research de komende jaren alleen maar toenemen. Wat voor invloed heeft het dan als je als Airbnb host besluit een of zelfs meerdere appartementen te verhuren op Airbnb zonder dat er iemand woonachtig is in deze appartementen? Kan deze ruimte niet veel beter gaan naar jonge studenten die uren moeten reizen om naar hun school in Amsterdam te gaan?

In 2020 telde Amsterdam rond de twintigduizend Airbnb's (Het Parool, 2021). Dit aantal is fors afgenomen toen de Corona Pandemie uitbrak. Amsterdam telt in het

jaar 2023 circa achtduizend Airbnb's (BNR, 2023). In dit aantal zitten ook Airbnb's waar de host daadwerkelijk zelf woonachtig is in de accommodatie die wordt verhuurd op het platform, maar als je dit vergelijkt met het woningtekort in Amsterdam betekent dat het ongeveer 18% zou afnemen als alle Airbnb woningen beschikbaar zouden zijn voor de woningmarkt.

Afgerond zijn er op het moment 10.000 Airbnb's in Amsterdam en dit aantal neemt vanaf 2021 per jaar alleen maar toe. "Stel dat al deze huizen morgen weer op de markt zouden komen, dan kunnen er zo'n 10.000 jongeren in," vertelt Wassenberg. Hij noemt het een mooie oplossing als deze woningen in een keer beschikbaar zouden komen.

Het Parool (2021) zegt er het volgende over: "Airbnb is niet alleen een onderdeel van het woningprobleem omdat het verhuurplatform huizen onttrekt aan de woningvoorraad, Airbnb drijft ook de prijs van de resterende huizen op." De Vrije Universiteit van Amsterdam toont met een onderzoek in Los Angeles aan dat de wijken met een hoog aantal Airbnb's de woningwaarde omhoog gooiden met wel veertig procent (Het Parool, 2021). Zo worden mensen met middenklasse inkomen verdreven uit de grote steden.

Jarinde is twintig jaar oud en is al een tijd op zoek naar een appartement in Amsterdam. Ze is nu een jaar klaar met haar opleiding als verpleegkundige en gaat volgend jaar weer beginnen aan een nieuwe studie aan de Hogeschool van Amsterdam. Daarom is ze op zoek naar een woning in de hoofdstad,

zodat ze dicht bij school kan wonen. Maar bij elke plek die zij heeft bezichtigd komt ze niet in aanmerking.

Jarinde gebruikte altijd Airbnb als ze op reis ging. "Ik vond het fijn dat je echt in een huis van iemand zit, het voelt dan alsof je even een tijdje woont op die plek," vertelde Jarinde. Maar na een gesprek dat ze had met haar Airbnb host in Milaan had Jarinde vragen over hoe ethisch Airbnb nou eigenlijk is. De Airbnb host van Jarinde vertelde haar dat host zijn echt zijn beroep was. Hij had meerdere accommodaties in Milaan gekocht en opgeknapt, zodat hij die kon verhuren op het platform Airbnb.

"Nu ik zelf merk hoe lastig het is om een woning te vinden in een hoofdstad, vind

## Woningtekort vs Airbnb's Amsterdam 2023



ik het heel erg dat deze hosts deze huizen vasthouden terwijl mensen die het nodig hebben hier gewoon zouden kunnen wonen,” vertelde Jarinde. Ze vindt het een ander verhaal als de host op het platform ook zelf in de accommodatie woont, maar er zelf een tijd afwezig is en daarom verhuurt aan toeristen. Woningen die leegstaan en alleen maar worden verhuurd is de reden dat ze het platform Airbnb eigenlijk niet meer wil gebruiken.

### Richtlijnen

Amsterdam telde in het jaar 2018 zo'n 6.000 illegale Airbnb's (Entree, 2018). Deze accommodaties werden langer verhuurd dan zou mogen en deze huizen verdwenen daarmee uit de woningmarkt. Er waren ook rond de 1.000 woningen die niet voldeden aan overige regels, waaronder het maximum aantal huurders per overnachting, blijkt uit een onderzoek van Airbnb data expert Murray Cox (2018).

De wet “Toeristisch Verhuur” is in 2020 aangescherpt om illegale verhuur van woonruimte tegen te gaan (Rijksoverheid, 2020). Sinds januari 2021 zouden gemeenten daarmee meer mogelijkheden hebben om vakantieverhuur te handhaven.

Amsterdam heeft richtlijnen gekregen om de verhuur via Airbnb in de stad tegen te gaan waaronder registratie, vergunningen, toeristenbelasting, inkomstenbelasting, maximaal aantal nachten en jeen verhuurder moet een melding maken als ze de volledige woning wilt verhuren (Airbnb Amsterdam). Volgens de officiële Airbnb website staat aangegeven dat je in Amsterdam volgens de wetgeving je gehele woning voor maximaal dertig nachten per jaar mag verhuren. Ook wordt vermeld dat de gemeente Amsterdam via Airbnb kan regelen dat de rest van je kalender op het platform geblokkeerd kan worden als je over deze limiet gaat.



Niet alleen Amsterdam, maar ook grote steden, waaronder New York, Berlijn, Parijs en Londen hebben richtlijnen om de hoge aantallen Airbnb's naar beneden te krijgen. Toch heeft de gemeente van Amsterdam nog steeds moeite om op korte termijn verhuur in de stad in toom te houden (The Ascent, 2023).

Er zijn tegenwoordig te veel Airbnb's die beter gebruikt kunnen worden om het woningtekort in grote steden, waaronder Amsterdam, tegen te gaan (The Ascent, 2023). Barcelona gaat zelfs een stapje verder. Vanaf het jaar 2028 is het verboden om accommodaties te verhuren aan toeristen (BNNVARA, 2024). Hiermee proberen ze de huizen crisis in de stad tegen te gaan. Zouden we dit met de huizen crisis in Amsterdam ook niet moeten invoeren?

### Conclusie

Het helemaal verbieden vindt hoogleraar Marco Bontjes wel iets te ver gaan. Toerisme is dan ook een belangrijk onderdeel van een hoofdstad. Hij vindt dat het mogelijk moet blijven, maar dan wel binnen de beperkingen en richtlijnen die er zijn. Hij is ook van mening dat er meer richtlijnen mogen komen, niet alleen vanuit de gemeente maar ook vanuit Airbnb zelf. Een maximum aantal Airbnb's dat een host mag verhuren op het platform vindt hij dan ook wel verstandig met de tijd waar we nu in leven.

“Zoals Airbnb begon was het best een sympathiek concept,” vindt Bontjes. Hij vindt het oorspronkelijke idee van elkaar helpen en onderdak bieden een goed plan.

“

Deze  
accom-  
modaties  
kunnen  
beter  
gebruikt  
worden en  
moeten  
terug de  
woning-  
markt in.

”

“Het begon niet heel zakelijk maar het is al snel heel groot en heel commercieel geworden en daarmee ook een probleem,” vertelt hij. Volgens Bontjes zijn er al weinig woningen beschikbaar en als je dan ook nog de woningen die er wel zijn verhuurd aan toeristen, dan wordt de voorraad die al zo klein is alleen maar kleiner. Hij vindt dat woningen er zijn om in gewoond te worden. Ben je dan zelf even een tijd niet in je huis, dan vindt Bontjes het geen probleem als je deze woning verhuurt op Airbnb. “Een woning kopen echt alleen om het te verhuren aan toeristen met de woningcrisis die we nu hebben, is zeker niet ethisch verantwoord,” vindt Bontjes. Is Airbnb wel zo goed voor de maatschappij?

Het is in deze tijd bijna onmogelijk voor jonge mensen, zoals Jarinde, om te wonen in Amsterdam. Zou het niet beter zijn als Airbnb het verbiedt om accommodaties te verhuren waar de host zelf niet woonachtig is? Zo worden de woningen niet weggehaald uit de woningmarkt en wordt het platform alleen gebruikt voor tijdelijke verhuur van leegstaande woningen waar de host zelf dan tijdelijk niet woonachtig is. Airbnb is zeker niet de oorzaak van de woningcrisis, maar het platform is wel onderdeel van het probleem.





# Hoe X ons verdeelt: de schaduwzijde van het platform

De algoritmes en mechanismes van X verharden het online maatschappelijke debat. Hoe versterkt dit platform de polarisatie in onze samenleving?

**Oscar van Haren**

“

De polarisatie  
ontstaat niet door  
standpunten die  
uit elkaar liggen.  
Het is een toenemend  
gevoel van verschil  
en afkeer naar de  
tegenovergestelde  
partij.

”

Het is onrustig in politiek Nederland. NSC-staatssecretaris Achahbar treedt af. “De polariserende omgangsvormen van de afgelopen weken hebben zodanig impact op mij gehad, dat ik mijn positie als staatssecretaris in dit kabinet niet langer effectief kan en wil vervullen,” zei Achahbar. Dit kwam boven op een onrustige week na het geweld rond de voetbalwedstrijd Ajax Amsterdam tegen Maccabi Tel Aviv.

PVV-leider Geert Wilders plaatst berichten op X: “De daders – vooral Marokkanen – snoeihard afstraffen, Nederlanderschap afpakken en uitzetten.” Stephan van Baarle van DENK spreekt over ‘Maccabi-tuig.’ De politieke leiders zijn snel in het wijzen naar de schuldige van dit conflict en zoeken geen nuance. “Het kabinet is gevangen in een gevoelsdynamiek waarin emoties hoog oplopen, verstand en wijsheid lijken een steeds kleinere rol te spelen,” zei polarisatie-expert Bart Brandsma op NOS Radio 1 Journaal (Brandsma, 2024).

Het sociale media platform X is een plek waar politici hun standpunten en meningen delen over actuele onderwerpen zoals deze. Hoe beïnvloeden dit soort berichten de denkbeelden van de Nederlandse burger?

### De familie BBQ

Het is een warme zomeravond in juli. In de tuin klinkt het geluid van sissend vlees op de BBQ en salsamuziek uit een goedkope speaker. Mijn familie is bij elkaar gekomen voor de verjaardag van mijn vader. In de familie zijn er verschillende opvattingen over politiek en op verjaardagen zoals deze, botsen onze normen en waarden.

Oom Henry vertelt vol frustratie wat hij laatst op X gelezen heeft: “Die illegale migranten in Amerika eten katten en honden!,” roept hij. De sfeer slaat om, het is tijd voor de zoveelste politieke discussie. Oma Maartje pakt haar bordje en gaat snel ergens anders zitten. Normaal gesproken is dit ook mijn reactie, maar deze uitspraak is zo frappant dat ik het even ging onderzoeken. Na 5 minuten wist ik het zeker. Dit is pure desinformatie. Een discussie met oom Henry heeft geen zin. De bronnen die hij aanhaalt op X beweren anders, dit is zijn waarheid en bronnen die het tegendeel bevestigen bestempelt hij als nepnieuws.

### Het platform X en jouw data

X verzamelt jouw data en persoonlijke gegevens zoals je naam, leeftijd, locatie, geslacht, baan en betalingsgegevens wanneer je iets koopt en nog veel meer dingen waarvan we ons niet bewust zijn (X, 2024). Op het platform zelf verzamelen ze informatie over waar je naar kijkt, wat je leuk vindt en wie je volgt. Dit heet dataficatie. Deze data verzamelen ze, omdat ze jou zo lang mogelijk op dit platform willen houden. Stel je voor: je ziet een bericht van Geert Wilders dat jou verbaast. Jij leest het bericht twee keer en deelt het bericht met een vriend. Nu heb jij meer tijd doorgebracht bij een bericht van Geert Wilders, dus zal het algoritme jou meer berichten van Geert Wilders geven (TODAY, 2024).

Op basis van jouw data maakt het algoritme een ‘for you’ pagina. Een selectie van 1500 berichten uit een poel van honderden miljoenen (Musk, 2023). Deze pagina is gebaseerd op een model van menselijk



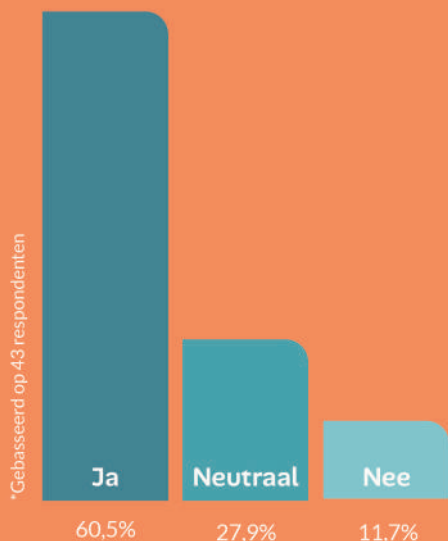
gedrag dat volgens jouw data bij jou hoort. Het model voorspelt hoe mensen met bepaalde gedragspatronen zich doorgaans gedragen. Ze passen jouw persoonlijke data toe aan die modellen en daardoor kunnen ze voorspellen wat jij waarschijnlijk gaat doen (VPRO Tegenlicht, 2024).

De schaduwzijde hiervan is dat deze mechanismes ook kunnen weten wat jouw angsten, woede en paranoia zijn (VPRO Tegenlicht, 2024). Een politieke partij kan hier gebruik van maken door gericht te adverteren op basis van de bezorgdheden van de gebruiker. De politieagent ziet op zijn 'for you' pagina dat de partij meer geld wil besteden aan de politie en de zorgmedewerker ziet dat de partij meer geld wil besteden aan de zorg. Iedereen krijgt een op maat gemaakte boodschap, dit heet microtargeting (WNL, 2021).

De mechanismen van X lijken op een koepelgevangenis, ook wel een panopticum genoemd. Het algoritme van X kan de gebruiker constant in de gaten houden, terwijl de gebruiker niet kan zien wanneer die in de gaten wordt gehouden. Als gebruiker weet je dat je op ieder moment bekeken kan worden, dus pas je jouw gedrag aan. Het panopticumprincipe is bedacht om gevangenen op een efficiënte manier te bewaken (Foucault, 1995). De allesziende bewaker is het algoritme en de gevangene is de gebruiker.

In 2018 werd de schaduwzijde belicht. Dataverzamelingsbedrijf Cambridge Analytica had illegaal de data van meer dan 50 miljoen Facebook gebruikersprofielen in handen gekregen. Dit gebruikte Cambridge Analytica voor de presidentiële campagne van Donald Trump, om te adverteren bij potentiële kiezers op basis van hun data (Confessore, 2018).

## Volg je accounts die dezelfde politieke overtuigingen hebben als jou?



Op deze manier kunnen mensen worden aangestuurd om lid te worden van bepaalde groepen, artikelen te lezen of met mensen om te gaan naar wie ze 'moeten' luisteren. Uiteindelijk groeit deze aansturing uit tot het vormen van een politieke overtuiging (VPRO Tegenlicht, 2024).

Het Cambridge Analytica schandaal is een voorbeeld van commodificatie. De data van de Facebook gebruikersprofielen worden gemaakt tot een economisch goed en verhandeld voor politiek gewin. Onlineplatformen maken het mogelijk om informele ruimte, goederen of interacties te vermarkten door ze in data om te zetten (van Dijck, Poell, & de Waal, 2016).

## De polariserende werking

Digitaal geograaf Petter Törnberg heeft onderzoek gedaan naar de polariserende werking van sociale media. Platformen zoals X beïnvloeden identiteiten (Törnberg, 2022). Uit dit onderzoek blijkt dat sociale media een draaikolk creëren waarin identiteiten, opvattingen en culturele voorkeuren worden meegesleurd en gevormd worden tot collectieve identiteiten. Een wij-tegen-zij cultuur gebaseerd op berichten van een constante strijd tussen politiek links en rechts. Een mentale loopgravenoorlog.

De polarisatie ontstaat niet door standpunten die uit elkaar liggen. Het is een toenemend gevoel van verschil en afkeer naar de tegenovergestelde partij (Törnberg, 2022). Het zijn niet meer de politieke overtuigingen die verschillen, maar de identiteit van mensen. Dit is volgens Törnberg een directe dreiging voor democratieën, omdat we hierdoor minder goed kunnen reageren op urgente maatschappelijke uitdagingen.

In de uitslag van de landelijke verkiezingen 2023 zie je polarisatie. De grootste partij is de PVV en daarna GroenLinks/PVDA. Twee partijen die ideologisch gezien ver uit elkaar liggen. Tijdens deze verkiezingen was asiel en migratie een belangrijk thema, voornamelijk het vluchtelingenbeleid (Sociaal en Cultureel Planbureau, 2023). Heeft X een rol gespeeld in het vormen van een collectieve identiteit rond dit thema?

In 2021 ontdekten Pointer dat spamaccounts zich mengden in Nederlandse politieke discussies. (KRO-NCRV, 2021). De

bedoeling van deze spamaccounts is manipulatie. Er wordt geprobeerd om onrust en polarisatie te veroorzaken bij gevoelige politieke thema's, zoals bijvoorbeeld asiel en migratie. Nederlandse politici maken ook gebruik van spamaccounts. In 2017 onthulde NRC dat DENK gebruik maakte van spamaccounts om berichten populairder te maken dan ze werkelijk zijn en om andere politici aan te vallen.

De vluchtelingencrisis in Irak en Eritrea was een aanleiding voor gecoördineerde spamacties (KRO-NCRV, 2021). Vluchtelingen spreken politici aan en vertellen over hun slechte situatie, in de hoop medelijden op te wekken bij X-gebruikers. Terwijl accounts zoals Radio Genoa dagelijks een stroom aan filmpjes verspreiden waarin vluchtelingen agressief en gevaarlijk worden genoemd. Geert Wilders deelde in totaal 30 berichten van dit account op X (KRO-NCRV, 2024). Zo ontstaan er twee totaal verschillende

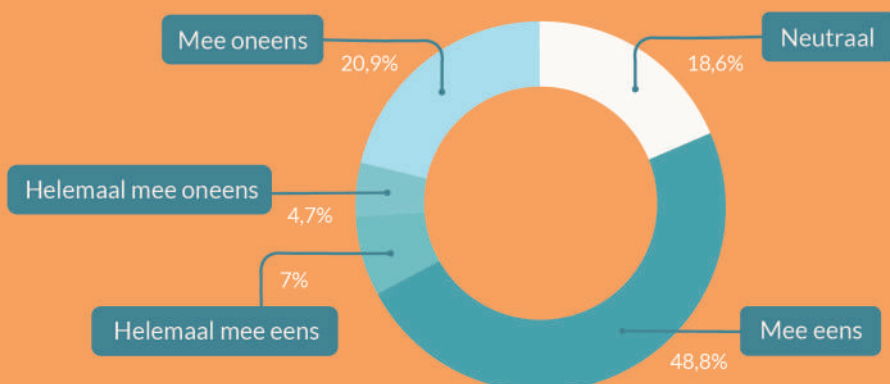
denkwijzen over hetzelfde onderwerp. De gebruiker met identiteit 1: Vluchtelingen hebben het zwaar en moeten geholpen worden. De gebruiker met identiteit 2: Vluchtelingen zijn agressief en gevaarlijk.

Maatschappelijke internetorganisatie Bits of Freedom roept de overheid op om onmiddellijk te stoppen met het gebruiken van sociale media platformen van Big Tech (Nieuwsuur, 2025). Volgens hen is X een giftige plek voor het voeren van een publiek debat. X heeft geen samenwerking met factcheckers. Gebruikers moeten zelf aanmerkingen maken bij misleidende posts of nepnieuws.

### Ruzie aan de eettafel

De 21-jarige Dirk heeft de polariserende werking van X meegemaakt. Thuis gaat het vaak over de actualiteit en politiek. Dirk gebruikt X zodat hij kan meepraten. Helaas veranderen deze gesprekken vaak in discussies waarbij emoties hoog oplopen.

## “X draagt bij aan mijn politieke overtuiging”



\*Gebaseerd op 43 respondenten

Deze keer ging het over de Russische invasie van Oekraïne. De zus van Dirk vindt dat Rusland de agressor is en fout zit in dit conflict. Dirk vindt van niet. Zijn bronnen op X zeggen namelijk dat Oekraïne en het westen verdragen hebben verbroken. Ze halen allebei bronnen aan op X over dit onderwerp, maar krijgen verschillende antwoorden. Dit is een voorbeeld van de huidige vorm van polarisatie. Zelfs over de feiten zijn er meningsverschillen, waardoor een fatsoenlijke discussie over het conflict nooit van start kan gaan (Brandsma, 2024). “Op een gegeven moment zat ik naar mijn zus te schreeuwen dat ze een leugenaar is”, vertelt Dirk.

Inmiddels heeft Dirk een nieuw X account aangemaakt. Hij vond dat zijn ‘for you’ pagina altijd dezelfde mening voorschotelde. “X is een poel van ideologieën die zichzelf de hele tijd propageren, daardoor raak je de realiteit kwijt,” zegt Dirk.

### De hybride democratie

Pieter van Boheemen is directeur van Post-X Society. Dit is een instituut voor maatschappelijke transitie, met name de verandering van de democratie. Volgens Pieter leven wij nu in een hybride democratie.

“De hybride democratie is problematisch, omdat het van democratie afgaat richting autocratie”, zegt Pieter. De eigenaren van de sociale media platformen hebben absolute macht en hoeven nergens verantwoording voor af te leggen. Op X is de wil van Elon Musk wet. Als gebruiker van het platform heb je op geen enkele manier inspraak hoe het platform werkt.

“

Het recht op  
onderwijs  
zegt niks  
als je geen  
school hebt.

”

Waar de meeste gebruikers zich niet bewust van zijn is dat hun rechten in het geding zijn. Sinds februari 2023 is de Digital Services Act van start gegaan in Europa. Er zijn een aantal regels toegevoegd om de gebruiker meer rechten te geven. Echter werkt zo'n systeem alleen als die regels ook gehandhaafd worden. Dit gebeurt nog nauwelijks. Als gebruiker sta je alleen tegenover een multinational bedrijf om je rechten te claimen. In een democratische samenleving hoor je ondersteund te worden door een instituut. “Het recht op onderwijs zegt niks als je geen school hebt”, vertelt Pieter ter vergelijking.

Pieter denkt dat platformen zoals X een bijdrage hebben aan de politieke polarisatie in Nederland. “Je ziet dat de algoritmes selecteren op sentiment. Sterk sentimentele berichten zijn vaak ook polariserende berichten,” zegt Pieter. Daarentegen vertelt hij ook dat er onderzoeken zijn die beweren dat vóór het internet polarisatie het sterkste was. Het is daarom een moeilijk vraagstuk.

De invloeden van sociale media zijn wel te zien in de politiek. “Je ziet een gedragsverandering bij politici. Ze gaan zich uiten op een bepaalde manier zodat het past bij het medium,” zegt Pieter. Hij vertelt dat politici om de beurt dezelfde vraag stellen in het vragenuurtje. Dit doen ze zodat ze allemaal hun eigen filmpje hebben dat ze op X kunnen plaatsen.

### Mastodon

Het sociale netwerk Mastodon is een alternatief voor X. Mastodon is een gedecentraliseerd netwerk. Dat houdt in dat iedereen een eigen server kan beheren. Elke server is onafhankelijk en samen vormen ze het netwerk. Alle macht ligt dus niet bij één persoon of bedrijf (Stikker & Lämmerhirt, 2024). Er is geen algoritme en er zijn ook geen advertenties. Elke server heeft zijn eigen regels, waardoor je zelf kiest met welke regels je akkoord gaat. Zo lang jouw account geregistreerd staat bij een betrouwbare server, vindt er minimale dataficatie en commodificatie plaats (Stikker & Lämmerhirt, 2024).

Een gedecentraliseerd netwerk heeft ook nadelen. Het vormen van collectieve identiteiten is nog steeds mogelijk. Als je alleen accounts volgt die jouw overtuigingen bevestigen blijf je in een bubbel. Daarnaast zegt Pieter van Boheemen dat deze platformen juist mensen aantrekken die niet gezien willen worden. “Extreme groepen kunnen daar lekker hun ding doen”, zegt hij.

### Bruggen bouwen

Bekijk jouw ‘for you’ pagina met een nieuwe blik, stel jezelf de vraag welk model is toegepast en of deze correct is. Uiteindelijk ken jij jezelf toch het beste. Tegen polarisatie heeft mediaorganisatie Post-X Society drie tips (Post-X Society, 2024). Zoek naar wat je gemeenschappelijk hebt. Deel persoonlijke verhalen in plaats van standpunten, want persoonlijke verhalen wekken empathie en herkenning. Tot slot het belangrijkste: neem af en toe een sociale media pauze.

Door de gehele geschiedenis van de mensheid is er polarisatie geweest. Dit is geworteld in de menselijke aard en zal er altijd tot een zekere hoogte zijn (Stand Together, 2024). Echter, zijn er in de geschiedenis van de mensheid nog nooit programma’s geweest, die op basis van de menselijke psychologie en jouw data, de meest provocerende en boos makende berichten aan jou voorschotelt op een dagelijkse basis (Harris, 2022). Neem de berichten die je ziet met een korrel zout.

# Flo belooft veel, maar hoe betrouwbaar is het?

Op een vrijdag rond twee uur in de middag, zit ik rechtop in mijn bed. Terwijl ik al een paar dagen te laat ben met mijn menstruatie, zoek ik door de stress afleiding op sociale media. Ik scrol op TikTok en Instagram, tot ik reclames te zien krijg over luiers en betrouwbare zwangerschapstesten. Ik schrik, omdat ik nog nooit in dit algoritme heb gezeten, maar denk er verder niets gek bij. De volgende dagen houden de advertenties niet op en vergelijk ik mijzelf nog een keer met mijn cyclus. Ik open de app en zie dat ik al twee weken over tijd ben. De stress neemt toe. Niet alleen ben ik twee weken over tijd, ook heb ik onbeschermd seks gehad terwijl ik in mijn hoge vruchtbaarheidsperiode zat.

**Aimeé Heemskerk**



Seks in een onvruchtbare periode van de vrouwelijke cyclus wordt steeds populairder (Mulder, 2024). Steeds meer vrouwen zetten menstruatie-apps in als anticonceptiemiddel om te achterhalen of ze vruchtbaar of zwanger zijn (Haasnoot, 2021). Dit wordt ook wel natuurlijke anticonceptie genoemd.

Flo is wereldwijd de populairste menstruatie-app, met ongeveer 200 miljoen gebruikers. Volgens de app kunnen alle gebruikers, ook degenen met een onregelmatige cyclus of onregelmatig bloedverlies, de gezondheidsapp vertrouwen. Echter komen er ook onderzoeken naar buiten dat het niet mogelijk is om Flo te vertrouwen (Beckers, 2023). Flo is in een negatief daglicht komen te staan doordat het bedrijf data heeft doorverkocht aan derde partijen. In maart 2024 vond een rechtszaak plaats en werd de app beschuldigd opzettelijk de privacy van zijn gebruikers te hebben geschonden, ondanks de belofte dat hun informatie niet gedeeld zou worden (Lazaruk, 2024). Om meer te weten te komen over de gevolgen van het delen van jouw cyclusgegevens met Flo, hoe de perceptie van je cyclus verandert door het platform en wat de gevaren zijn van Flo, gaan we in gesprek met ervaringsdeskundigen en experts.

### Anticonceptie

Termen als 'non-hormonal birthcontrol' en 'natuurlijke anticonceptie' worden steeds populairder (Beckers, 2023). Volgens Rutgers gebruikt 14 procent van de seksueel actieve vrouwen tussen de 18 en 29 jaar een natuurlijke methode om niet zwanger te worden. Deze vrouwen

willen een hormonaal vrij leven en geen condoom gebruiken. Wanneer er gebruik wordt gemaakt van natuurlijke anticonceptie, wordt er gekeken naar de periode van vruchtbaarheid. Dit wordt ook gemeten in Flo. Wanneer de app geopend wordt zie je hoe vruchtbaar je bent. Ook krijg je door de dag heen hierover meldingen van de app. Uit de 30 jonge vrouwen die zijn ondervraagd in mijn enquête, is gebleken dat 25,9 procent van de Flo gebruikers onveilige seks heeft door de informatie die de app weergeeft.

Mia (20) begon met natuurlijke anticonceptie toen geen enkele anticonceptie voor haar meer een optie was. "Ik installeerde de app in eerste instantie om mijn ongesteldheid bij te houden, maar op een gegeven moment ging ik ook kijken welke dagen ik het meest vruchtbaar ben en welke helemaal niet. In het verleden heb ik de pil geprobeerd, maar daar werd ik gek van. Toen ik een vaste relatie kreeg begon ik te kijken naar de vruchtbaarheid functie van Flo," vertelt ze.

Dr. Anne Timmermans, Gynaecoloog en medisch specialist bij Amsterdam UMC, ziet steeds vaker om haar heen dat vrouwen geen gebruik meer willen maken van synthetische, hormonale anticonceptie: "Wat ik de afgelopen tijd ben tegengekomen zijn vrouwen die synthetische hormonen, die in de fabriek worden gemaakt, niet goed voor het lichaam vinden. Bijvoorbeeld wat hormonen doen met het vrouwenbrein. De bijwerkingen, zoals stemmingswisselingen, gewichtstoename, misselijkheid en buikpijn, zijn heel lang niet

serieus genomen waardoor vrouwen zich niet altijd gehoord hebben gevoeld als zij deze symptomen hadden.”

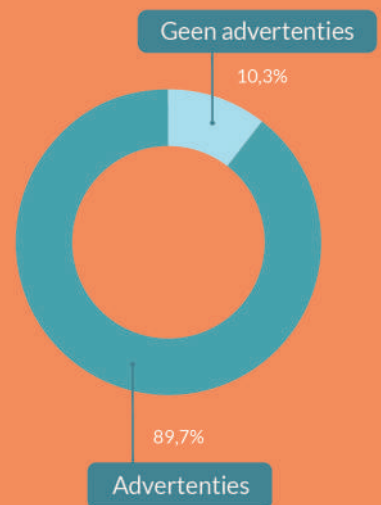
Timmermans begrijpt de keuze voor natuurlijke anticonceptie, maar heeft er veel moeite mee. “Ik heb moeite met het woord natuurlijke anticonceptie. Er wordt vanuit gegaan dat iets goed is. Want wat is natuurlijk? Ik ben niet tegen deze vorm van anticonceptie, maar je moet wel geïnformeerd zijn en de meerderheid van de mensen die nu gebruik maakt van Flo, doet dat via adviezen op sociale media.”

Flo werkt op basis van gegevens van een algoritme dat gebaseerd is op de cyclus van een paar honderd vrouwen. Volgens de Rijksuniversiteit Groningen is dit een gevaar. Ze proberen op basis van getallen en data de menstruatiecyclus te vangen. Dit werkt het beste als een vrouw een ‘normale’ cyclus heeft, maar de meeste cyclussen zijn niet normaal. Endometriose, premenstrueel syndroom en PCOS zijn cyclusstoornissen die een cyclus kunnen verstoren (Stuifzand, 2024). Ook verandert een cyclus wanneer je last van stress of verkoudheid hebt, of wanneer je laat gaat slapen (Metro nieuws, 2024).

Volgens Timmermans is dit het moment dat het ingewikkeld wordt om je cyclus te laten meten door Flo: “Wanneer je niet precies aan het algoritme voldoet en je cyclus minder voorspelbaar is, moet je je afvragen of Flo voor jou wel betrouwbaar is. Zolang dat niet duidelijk naar voren wordt gebracht, maakt het de kans op onbetrouwbaarheid groot.”

Het platform Flo is vergelijkbaar aan het panopticum, een ontwerp voor een koepelvormige gevangenis waarin de gevangenen altijd het gevoel hebben dat ze worden bekeken, zelfs als er geen bewakers zijn (Foucault, 1989). De oprichters van Flo, Dmitry en Yuri Gurskiin uit Belarus, zijn de toren die zien wat wordt uitgevoerd en gedeeld. Door de data dat wordt gedeeld met Flo, ontvangt het platform veel informatie en dus ook macht over de cyclus van de gebruikers. De dataficatie van de menstruatie-app Flo helpt gebruikers om hun cyclus beter te begrijpen en controle te voelen, maar roept ook belangrijke vragen op over privacy en de veiligheid van de gebruikersgegevens. Dataficatie is het omzetten of vertalen van acties in data.

### Hoeveel van de Flo gebruikers kregen maandelijks menstruatie advertenties te zien?



\*Gebaseerd op 30 respondenten

“

Ik heb moeite  
met het woord  
natuurlijke  
anticonceptie.  
Er wordt vanuit  
gegaan dat het  
iets goed is.

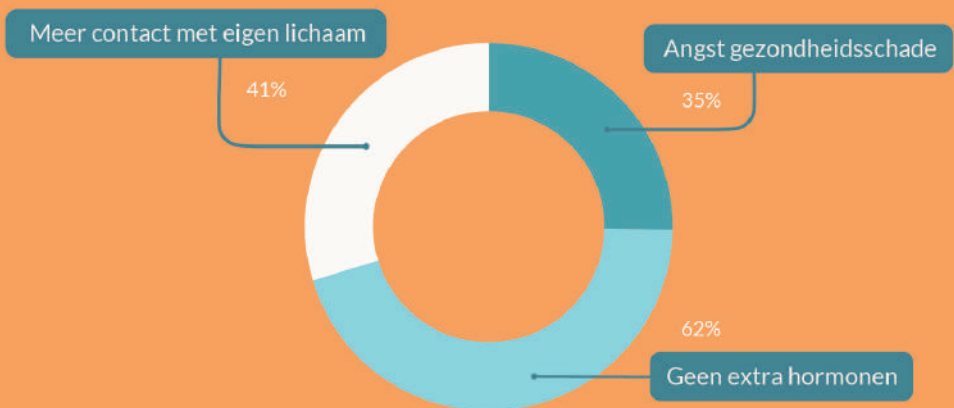
”

Terwijl de app groeide en meer dan 200 miljoen gebruikers kreeg, werd er voor een lange periode data van gebruikers verkocht aan derde partijen die analytisch en marketingdiensten voor de app verzorgden zoals Instagram en Facebook. Flo stelde geen beperkingen aan hoe deze bedrijven de gezondheidsgegevens mochten gebruiken.

Volgens Het Parool benutte Facebook die informatie om gerichte advertenties te laten zien (Van Houwelingen, 2022). Het delen van deze gezondheidsdata stopte pas nadat hier begin 2019 in de media over werd bericht en er honderden klachten van gebruikers binnenkwamen. Wanneer je de app downloadt ga je akkoord middels een standaard toestemmingsformulier dat je naam, e-mailadres, geslacht, geboortedatum, wachtwoord, gewicht, lichaamstemperatuur en activiteiten worden verzameld en dat Flo 'je privacy zal respecteren'.

Het beleid van Flo gaf aan dat het bepaalde persoonlijke informatie alleen in anoniem formaat zou delen met externe leveranciers, waaronder Facebook en Google, en dat die leveranciers Flo zouden voorzien van softwareapplicaties. Maar op 22 februari 2019 publiceerde Wall Street Journal een artikel waarin werd ontdekt dat gevoelige informatie van Flo werd verzonden met een 'unieke advertentie-ID' dat kon worden gekoppeld aan het apparaat of profiel van een gebruiker. Deze stukjes code, softwareontwikkelingskits genoemd, zijn ingebed in apps. In ruil daarvoor krijgen de apps analytische hulpmiddelen waarmee ze hun gebruikers kunnen volgen om investeerders of adverteerders te laten zien wie ze bereiken (Lazaruk, 2024). Facebook benutte die informatie om gerichte advertenties te laten zien (Van Houwelingen, 2022). Flo heeft de beschuldigingen niet toegegeven of

## Waarom gebruiken vrouwen tussen de 18 en 29 jaar natuurlijke anticonceptie?



\*Gebaseerd op 1648 respondenten

ontkend. Uit de enquête waar 30 vrouwen hun ervaring met Flo deelden, is gebleken dat 89,7 procent van de gebruikers van Flo regelmatig advertenties te zien kreeg over menstruatieproducten.

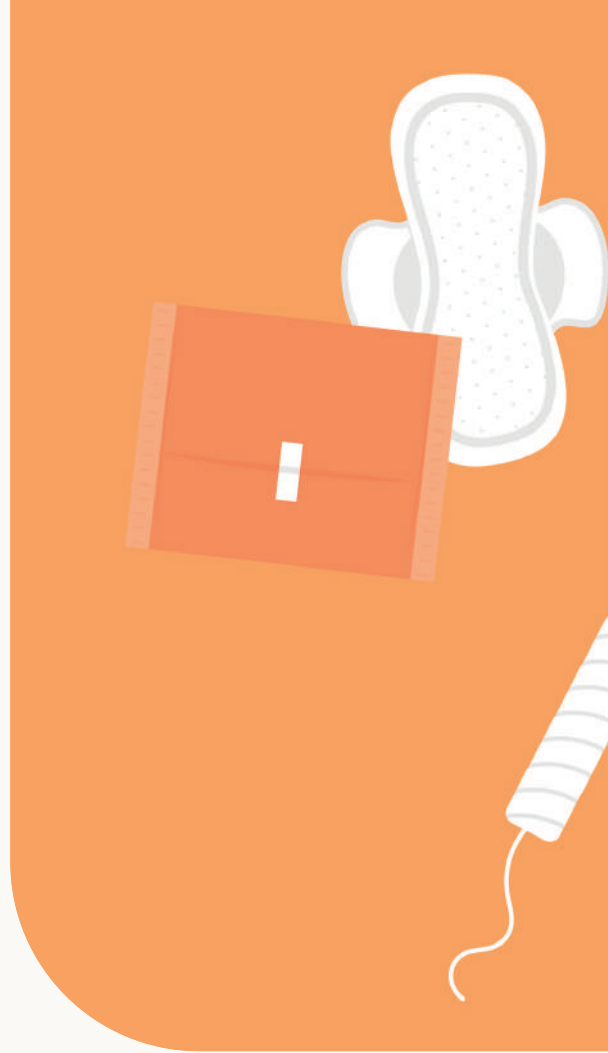
Ondanks dat Flo gevoelige informatie deelden met derde partijen, was dit geen nieuwe informatie voor het bedrijf en pasten zij zich pas aan toen dit in het nieuws kwam. Dit gebeurde ook toen Flo onder het vuur kwam te liggen toen de wetgeving Roe vs. Wade in 2022 weer ter sprake kwam. De wetgeving geeft staten in Amerika zelf de keuze om eigen regels m.b.t. abortus te bepalen. Missouri, Kentucky, South Dakota en Louisiana hebben het recht op zwangerschapsafbreking onmiddellijk weer afgeschaft. Alabama, Texas en Arkansas volgen binnenkort. Wie in deze staten een abortus ondergaat, overtreedt de wet. En daar kunnen de gegevens die menstruatie-apps bijhouden wel eens een bepalende rol in gaan spelen, waarschuwen privacyexperts (Cauwenberghs, 2022).

Door deze nieuwe abortuswet heeft Flo een nieuwe functie ontwikkeld, genaamd 'de Anonieme modus'. Flo hoopt dat het een voorbeeld wordt voor privacybescherming in gezondheidsapps. Door de commotie rondom de dataverkoop van Flo, zeggen de eigenaren van de app veel te hebben geleerd op het gebied van data, privacy en gebruikersvertrouwen. Dit is ook naast de aanscherpende abortusregels de reden waarom de 'anonieme modus' werd gelanceerd (Wetsman 2022). Flo wist al dat zij gevoelige informatie in handen hadden, maar besloten pas toen zij 'slecht' in het

nieuws kwamen deze anonieme functie te lanceren.

### Zwangerschapsafbrekingen

Uit cijfers van Rutgers blijkt dat de zwangerschapsafbrekingen zijn gegroeid. In 2022 waren er 35.606 afbrekingen, terwijl het jaar daarvoor het 31.049 keer plaatsvond (Metro). "Wij als gynaecologen hebben allemaal een onderbuikgevoel als we zien dat minder vrouwen aan de anti-conceptie gaan en er meer abortussen zijn. En dat zou aan elkaar gelinkt kunnen zijn.", vertelt Timmermans.





Volgens Metro raakt 5 procent van de vrouwen die natuurlijke anticonceptiemethoden perfect toepassen, alsnog zwanger.

Voor ervaringsdeskundige Mia heeft Flo altijd gewerkt. “Als ik een dag te laat ben met mijn cyclus, krijg ik daar geen stress van. Ik vertrouw op de app. De meeste mensen in mijn omgeving gebruiken de pil, maar ik zie wel een toename sinds natuurlijke anticonceptie populairder wordt. Bij iemand in mijn omgeving is het gebruik van natuurlijke anticonceptie misgegaan, maar doordat er geen andere mogelijkheid bij mij past trek ik me daar niets van aan”.

Timmermans erkent dat de ‘vruchtbare dagen methode’ iets is dat al eeuwen bestaat. “Om echt te verdiepen in je cyclus kan je een cyclustraining volgen. In een training wordt er aandacht geven aan afscheiding, slijmproductie in combinatie met temperatuur en andere fysieke gevoelens.” Volgens Timmermans meet Flo te weinig symptomen: “De betrouwbaarheid heeft te maken met de hoeveelheid symptomen die je registreert om te voorspellen wanneer je vruchtbare periode is.”



## Gevolgen

Flo werd aangeklaagd en moest in maart 2024 voor de rechter verschijnen, onder andere voor het opzettelijk schenden van privacy rechten bij gebruikers die persoonlijke gegevens in de app hebben ingevoerd om de menstruatiecyclus bij te houden en deze gegevens te verkopen (Lazaruk, 2024). Als het gaat om adverteren, deelt Flo geen gezondheid gerelateerde informatie meer. Alleen je technische identificatiegegevens, je leeftijd, abonnementsstatus en gebruik van de app worden gedeeld met AppsFlyer. Dit is een bedrijf dat de gegevens analyseert voor Flo om hun reclames op te baseren. Dit tussenbedrijf deelt deze informatie weer met Google-advertenties en Meta. Alle andere data die ze van jou hebben kan Flo anoniem delen met derde partijen (Van Seggelen, 2024).

Daarnaast is het de vraag of Flo de perceptie van vruchtbaarheid beïnvloed. De cijfers van Rutgers laten zien dat natuurlijke anti-conceptie invloed heeft op het aantal abortussen. Gynaecoloog en medisch specialist Timmermans bevestigt dit ook in wat ze ziet en hoort in de spreekkamer. Wel sluit Timmermans natuurlijke anticonceptie niet uit als keuze: “Anticonceptie blijft individueel. Iedere vrouw moet kijken wat ze wil bereiken en vermijden. Als iemand geen synthetische hormonen, spiraal of condoom wil gebruiken, dan zou ik de vruchtbare dagen methode zonder een menstruatie-app aanraden. Doe dit goed geïnformeerd en niet via een app.”

“

De betrouwbaarheid heeft te maken met de hoeveelheid symptomen die je registreert om te voorspellen wanneer je vruchtbare periode is.

”

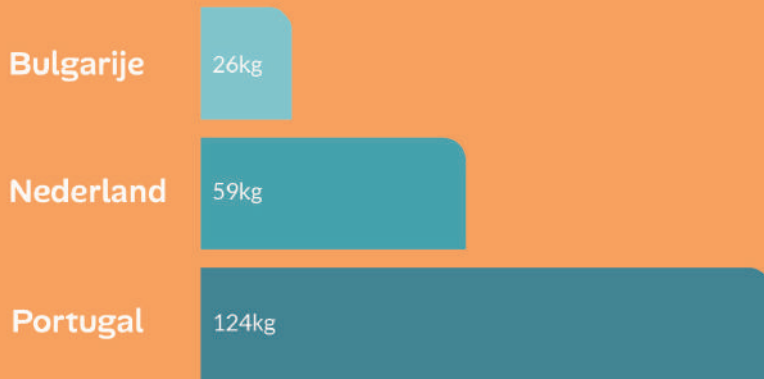
# De hardnekkige data sloddervos Too Good To Go

Wereldwijd wordt er ruim een derde deel van ons voedsel verspild. Om voedselverspilling te voorkomen, is het platform Too Good To Go in het leven geroepen. Een platform waarop consumenten, supermarkten, winkels en bedrijven samen komen om samen voedselverspilling te verminderen.

**Layla El Marzouki**



## Hoeveel kilo voedsel wordt er verspild per persoon in een huishouden in 2023?



Iedere woensdagmiddag verschijnt hij weer, die vertrouwde pushnotificatie: “jouw woensdagherinnering! Je vroeg ons je te herinneren om te kijken welke Verrassingspakketten vandaag beschikbaar zijn.” Too Good To Go, je duurzame digitale vriend, houdt je scherp. Je hebt nog geen boodschappen gedaan, maar je buik begint te knorren en de gedachte aan een snelle, makkelijke hap klinkt steeds verleidelijker.

Je opent de app en ziet dat de Turkse supermarkt om de hoek een pakket vol overtollig groente en fruit beschikbaar heeft. Zonder te twifelen, klik je op ‘reserveren’. Een paar uur later loop je met tas vol eetrijpe en verse producten de Turkse supermarkt uit. Niet alleen je maag is straks tevreden, maar je voelt je ook goed omdat je eten van verspilling hebt gered. Een win-winsituatie, dankzij je duurzame digitale vriend.

Voedselverspilling is een wereldwijd probleem dat veel mensen bezighoudt. De prijzen van voedsel is in de afgelopen jaren hard gestegen, waarbij voedsel in winkels gemiddeld bijna 11% duurder was in 2023 ten opzichte van 2022 (CBS, 2023). Steeds meer mensen zoeken naar manieren om bewuster om te gaan met hun voedsel en uitgaven.

Een platform dat hierbij helpt, is Too Good To Go. Het van origine Deense platform gaat al sinds 2016 de strijd aan tegen voedselverspilling. Onder leiding van CEO Mette Lykke heeft het platform zich weten te vestigen in 18 Europese landen, sinds 2018 ook in Nederland en Amerika en is uitgegroeid tot een bloeiende gemeenschap van 100 miljoen gebruikers en 170.000 partnerbedrijven over de hele wereld (Too Good To Go, z.d.).

Het platform stelt haar gebruikers in staat om verrassingspakketten met overgebleven voedsel van winkels en restaurants te kopen tegen een lage prijs, waardoor dit voedsel aan het einde van de dag niet in de vuilnisbak belandt. In Nederland zijn er, met dank aan het platform, al ruim 18 miljoen maaltijden gered van verspilling (Nationale Horecagids, 2023). Wereldwijd staat de teller op maar liefst 200 miljoen geredde maaltijden (Nationale Horecagids, 2023). En om dan te bedenken dat het platform nog géén 10 jaar bestaat.

Inmiddels is het voor veel gebruikers ook dagelijkse kost geworden om te checken wat er te redden valt. Maar naast de directe voordelen voor het milieu en de portemonnee, staat nog een vraag centraal: hoe beïnvloedt Too Good To Go het gedrag van gebruikers in hun aanpak van voedselverspilling?

### Grootste versus kleinste

In 2023 heeft de Europese Commissie via Eurostat resultaten gepubliceerd over de monitoring van voedselverspilling in de Europese Unie (Division et al., 2024).

Hieruit is gebleken dat Portugal de grootste voedselverspiller is in de Europese Unie. 28% van de Portugezen gaf aan meer voedsel te verspillen in de zomer (The Portugal News, 2023). De redenen hiervoor zijn dat voedsel sneller verrot door de warmte, de Portugezen minder eten in de zomer en vaker uit eten gaan, waardoor het voedsel thuis niet wordt geconsumeerd (The Portugal News, 2023).

Bulgarije wist haar voedselverspilling tamelijk laag te houden. Onderzoek toont aan dat Bulgaren veel lokaal en vers geproduceerd voedsel thuis koken en eten (Jelev et al., 2022). Daarnaast vermijden ze het bewaren van voedsel voor meerdere dagen, en zijn veel huishoudens in dorpen zelfvoorzienend. Zo produceren zij bijvoorbeeld zelf hun groente en fruit, melk(producten), vlees en honing (Jelev et al., 2022).

Nederland valt tussen beide landen in, met 59 kg voedselverspilling per hoofd per huishouden. Waarom wij Nederlanders zo veel voedsel verspillen, kan verschillende oorzaken hebben: te veel ingekocht, te lang bewaard, te veel gekookt of het voedsel is gewoon niet lekker (Milieu Centraal, z.d.). Verder verspillen Nederlanders onder de 34 jaar over het algemeen meer voedsel dan mensen van 55 jaar en ouder (Van Lieshout & Knüppe, 2024).

Het is echter onduidelijk of 55-plussers minder verspillen door een generatie-effect of andere factoren, zoals meer vaardigheden, tijd of mogelijkheden om verspillingvrij met voedsel om te gaan. Over de jongere doelgroep is wel bekend dat zij relatief meer voedsel verspilt door gebrek aan vaardigheden bij het kopen, bewaren en bereiden van voedsel (Van Lieshout & Knüppe, 2024).

### Win-winsituatie

Platformgebruiker Elise (21) heeft vanaf de zomer van 2022 tot het voorjaar van 2023 gebruikgemaakt van Too Good To Go. “Ik heb vroeger gewerkt in de supermarkt en zag hoeveel voedsel daar werd

“

Ik heb vroeger  
gewerkt in de  
supermarkt en zag  
hoeveel voedsel daar  
werd weggegooid.  
Dat is gewoon  
enorm zonde.

”

weggegooid. Dat is gewoon enorm zonde.” Toentertijd zat zij ook wat krapper bij kas, en Too Good To Go bood daardoor een interessante oplossing voor haar aan. “Ik liet me verrassen door wat ik kreeg en probeerde daar maaltijden mee te maken in plaats van dat ik alles nieuw moest kopen en duurder uit was.”

Niet alleen voor Elise is Too Good To Go dé uitkomst om voedselverspilling te verminderen en geld te besparen. Door middel van een enquête zijn gegevens verzameld over waarom de doelgroep, 18 t/m 25-jarigen, het platform gebruikt.

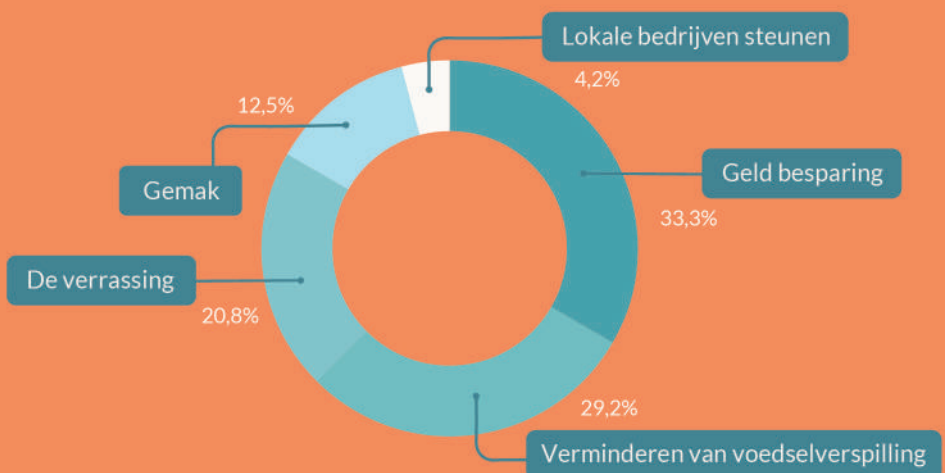
### De kracht van beïnvloeding

Too Good To Go weet het gebruikersgedrag slim te beïnvloeden door middel van de overtuigingsprincipes van sociaal psycholoog Robert Cialdini. “Dat zijn hele universele principes die op iedereen hetzelfde werken en ervoor zorgen om

de bezoeker of gebruiker van een app of website als het ware mee te krijgen,” legt conversie-optimalisatiespecialist Arjen Hanssen uit. In zijn werk past hij veelal de overtuigingsprincipes van Cialdini toe die hij ook bij Too Good To Go ziet terugkomen. “Eén van de Cialdini-principes die zij nu al goed toepassen, is het schaarsteprincipe.” Dit doet Too Good To Go door aan te geven hoeveel verrassingspakketten er bij een bepaalde locatie nog beschikbaar zijn en wanneer deze uitverkocht zijn. “Dat is goed om te vermelden zodat iemand weet of ‘ie er snel bij moet zijn of net te laat is. Als iemand dan net te laat is, zorgt dat er bijvoorbeeld voor dat diegene er morgen of een andere dag sneller bij gaat zijn.”

Daarnaast uit het overtuigingsprincipe sociale bewijskracht zich aan de hand van de reviewscores die bij verrassingspakketten staan. “Als er meerdere bakkers bij jou in de buurt zitten en bijvoorbeeld bakker A

## Waarom gebruik je Too Good To Go?



\*Gebaseerd op 17 respondenten

met een 2,3 beoordeeld wordt en bakker B met een 4,5, dan ben je al sneller geneigd om een pakket op te halen bij bakker B.”

Door deze reviewscore op een logische plek te plaatsen, roept Too Good To Go al meteen een bepaald gevoel op bij de gebruiker, aldus Hanssen.

### Verplichte en optionele cookies

Een andere wijze waarop Too Good To Go het gebruikersgedrag in hun greep houdt, is door middel van cookies. Bij het openen van de app krijgt de gebruiker een cookies-menu te zien met verplichte en optionele cookies. De verplichte cookies hebben als doel om data te verzamelen over gebruikersactiviteiten: hoe je interacteert met het platform, hoe vaak je de app opent, welke schermen je bekijkt en welke voertaal de app gebruikt. Deze cookies zijn volgens Too Good To Go “noodzakelijk omdat de app anders niet goed functioneert” (Iona Tech, 2022).

Op deze manier zet het platform dataficatie in (Van Dijck et al., 2016, p. 39). Dat wil zeggen dat Too Good To Go gebruikersactiviteiten verzamelt en analyseert om vervolgens het gedrag van de gebruiker te sturen. Too Good To Go kan dus door middel van de cookies de gebruikerservaring verbeteren op basis van de informatie die zij verzameld hebben over de gebruiker. Zodoende kunnen de verplichte cookies bijvoorbeeld de navigatie op het platform versoepelen (Kok, 2024).

Ook buiten het platform verzamelt Too Good To Go gebruikersdata. De optionele



cookies hebben daarentegen meer marketing- en tracking gerelateerde doeleinden. Zo helpt de verzamelde data het platform om iedere gebruiker gepaste advertenties te laten zien. Tevens worden deze data met derden gedeeld om andere bedrijven te vinden die zich aansluiten bij de visie van Too Good To Go om voedselverspilling te verminderen (Iona Tech, 2022). Deze zogeheten third-party-cookies kunnen echter wel als gevaar worden beschouwd, doordat ze bekend staan om hun uitgebreide trackingactiviteiten en inbreuk op de privacy (Kok, 2024).



Het merendeel van de doelgroep gaf aan dat zij niet voldoende geïnformeerd zijn over hoe hun data wordt verzameld en gebruikt door Too Good To Go. Ook Elise sluit zich hierop aan. “Veel mensen denken bijvoorbeeld niet na over wat cookies doen en klikken vaak gewoon op ‘akkoord’, omdat je die melding honderd keer per dag krijgt.” Als het aan Elise ligt, zouden platformen een andere melding in het systeem moeten maken om gebruikers te informeren over welke data zij verzamelen met cookies. “Het kost nu eenmaal meer moeite om cookies te weigeren dan ermee akkoord te gaan.

Overigens gaf de doelgroep wel aan zich enigszins comfortabel te voelen met de hoeveelheid persoonlijke gegevens die zij moeten delen om de app te gebruiken. Hieruit kan geconcludeerd worden dat de doelgroep de dataverwerking van Too Good To Go nog betwijfeld en beter geïnformeerd kan worden hierover, maar het hen weinig uitmaakt hoeveel persoonlijke gegevens zij delen met het platform.

## Alle ogen op de gebruiker

De persoonlijke dataverwerking op het platform Too Good To Go goed gelinkt worden aan het Panopticon principe van Michael Foucault. Hierin kan de bewaker van de koepelgevangenis vanuit de wachttoeren in het midden alle gevangenen in de gaten houden (Tokmetzis, 2010). De wachttoeren is zo ontworpen dat er van buitenaf niet naar binnen gekeken kan worden. Gevangenen weten dus dat ze continu geobserveerd worden, maar niet wanneer dat gebeurt (Salvaggio, 2021).

De platformgebruiker, oftewel de gevangene, is permanent zichtbaar voor de beveiliging, Too Good To Go, en ziet hoe de gebruiker zich beweegt binnen het platform (Foucault, 1975). Elke beweging die de gebruiker maakt, is een stukje persoonlijke data. Koopt de gebruiker elke week een verrassingspakket bij de buurtsuper? Dan zal het platform hierop inspelen en gerichte informatie versturen in de vorm van bijvoorbeeld pushnotificaties. Daarnaast beschikt de beveiliging ook over andere informatie van de gevangenen. Denk bijvoorbeeld aan het aantal voedselpakketten die een gebruiker heeft gered van verspilling of hoeveel CO<sub>2</sub>-uitstoot een gebruiker heeft voorkomen.

Platformgebruiker Elise heeft zelf een situatie meegemaakt waarbij zij zich in de gaten gehouden voelde door Too Good To Go. “Destijds deelde ik standaard mijn locatie met de app, ook als ik er niet opzat. Op een gegeven moment kreeg ik elke keer een melding als ik in de buurt was van een winkel waar een actie was,” vertelt ze. Toen

zij hierachter kwam, heeft ze haar locatie gewijzigd naar dat het alleen maar zichtbaar was als ze de app opende, omdat ze deze meldingen ‘best wel irritant’ vond.

## De toekomstige jacht op geluk

“Dit meen je niet,” gilt Elise uit. Dag in, dag uit raadpleegt ze haar duurzame digitale vriend een paar minuten voordat haar geërfde koekoeksklok van omalief drie keer luidt. In tijden dat voedselprijzen de pan uit rijzen, wist Elise’s duurzame digitale vriend betaalbaar te blijven. Het was haar steun en toeverlaat. Het moment waar ze de hele dag naar uitkeek. “Wat voor lekkers heb ik vandaag gered?” is al maandenlang niet meer hardop gezegd.

Tegenwoordig scrolt Elise niet meer op haar doolie gemak door haar favoriete app. Iedere dag moet zij haar volle gewicht in de strijd werpen, en tot op heden nog zonder succes. Het geluk vliegt; wie het vangt heeft het. “Hopelijk komt mijn geluk weer terug en kan ik binnenkort een verrassingspakket mee naar huis nemen.”

## Conclusie

Al met al laat Too Good To Go zich voornamelijk van haar beste kanten zien: reserveer een verrassingspakket en draag je steentje bij aan minder voedselverspilling (én onze fantastische database). Voedselverspilling tegengaan was nog nooit zo laagdrempelig en toegankelijk als met de Too Good To Go-app. Maar de hoeveelheid data die het platform van je verzamelt is ongekend.



# Mediamakers in de Platformsamenleving

Deze bundel is het resultaat van de module Mediamakers in de Platformsamenleving (MIP). Deze module nam in de afgelopen jaren een unieke plek in binnen de opleidingen Communicatie en Creative Business aan de Hogeschool van Amsterdam. Studenten onderzochten kritisch de rol van digitale platformen in het dagelijks leven. Ze schreven essays of journalistieke achtergrondartikelen over thema's zoals datafificatie, commodificatie en algoritmische selectie (van Dijck et al., 2016).

De bijdragen zijn geschreven door tweedejaarsstudenten, internationaal en nationaal, zowel voltijd als deeltijd. Juist deze diversiteit verrijkt de bundel: verschillende culturele, maatschappelijke en persoonlijke invalshoeken komen samen in de reflecties over digitale platformen. Digitale ruimtes beheersen het leven van de studenten en ons allemaal. Er komt dan wellicht altijd weer iets nieuws voorbij, maar de platformsamenleving blijft nog even, totdat de stroom op is. Studenten hebben baat bij platformgelettertheid om kritisch naar hun toekomstig werkveld te kunnen kijken, dat razendsnel veranderd. Deze kritische houding en analytische kijk op hun eigen gedrag, scherpt hun ethisch vermogen als mediamakers.

Toen we begonnen met Mediamakers in de Platformsamenleving hadden we meerdere doelen voor ogen, wij hadden een visie en missie: studenten opleiden tot kritische mediaprofessionals die niet alleen volgers zijn van digitale platformen, maar ook makers en vooruitdenkers, die op hun dagelijks handelen kunnen reflecteren en achterliggende mechanismen van de technologie in hun handen begrijpen, en bevragen.

Het resultaat dat u in handen heeft, laat zien dat ons doel behaald is. We vieren met deze bundel dat onze studenten creatief en scherp zijn door te laten zien dat zij als mediaprofessionals niet alleen consument en makers kunnen zijn, maar ook kritische denkers en burgers. Deze bundel laat zien dat ze zich bewust zijn van de tijd waarin big tech steeds meer, vaker en dieper ingrijpen op onze democratie, onze sociale matrix en intieme relaties.

Deze bundel toont dat studenten de urgentie voelen, en dat ze met lef en nieuwsgierigheid antwoorden op hun eigen vragen over smartphone- en platformgebruik zoeken.

Tegelijkertijd willen wij met deze bundel inspireren. Wat ons telkens weer hoop gaf, is dat studenten niet cynisch werden, maar creatief. Ze schreven, visualiseerden, experimenteerden en brachten hun persoonlijke verhalen tot leven. Ze leerden zien dat technologie niet onontkoombaar is, maar dat er altijd ruimte blijft om vragen te stellen, alternatieven te bedenken en zelfs nieuwe toekomsten te verbeelden.

Dat gaf het gevoel van agency. Daarom zien we als team deze bundel ook niet als slotakkoord, maar als een uitnodiging voor studenten, collega's, professionals: blijf onderzoeken, vragen stellen, blijf kritisch, blijf verbeelden.

Wat ons het meest raakt, is dat studenten tijdens dit traject ontdekten dat hun eigen ervaring ertoe doet. Steeds weer wisten zij persoonlijke inzichten te verbinden aan maatschappelijke vraagstukken. Daarmee bewezen ze dat de platformsamenleving niet iets abstracts is, maar iets dat ons dagelijks raakt. Studenten leerden de ethische dilemma's kennen die met het algoritme gepaard gaan: gemak versus gezondheid, privacy versus veiligheid. Deze paradoxen werden niet alleen geanalyseerd, maar ook verbeeld in persoonlijke verhalen.

Het succes van de module zat niet alleen in de inhoud, maar ook in de samenwerking. Docenten en studenten vormden een sterk team, waarin ruimte was voor experiment en creativiteit. De thema's die studenten hier hebben onderzocht, blijven van groot maatschappelijk belang en de urgentie om de digitale platformsamenleving te begrijpen en te onderzoeken.

Met trots en waardering presenteren wij de studentartikelen, die samen een kritische en toekomstgerichte blik werpen op de platformsamenleving en tegelijkertijd een tijdsbeeld weergeven waarin ons digitale online leven onder de loep wordt genomen. Met plezier en vertrouwen presenteren wij deze bundel van studenten Communicatie en Creative Business aan de Hogeschool van Amsterdam, in samenwerking met de HvA Campus Creators Publishing.

**Team Mediamakers in de Platformsamenleving, 2025**

# Colofon

Deze bundel – Mediamakers in de Platformsamenleving – is geredigeerd, ontworpen en geproduceerd in 2025-2026 door de studentenredactie van de HvA Campus Creators, de onafhankelijke uitgeverij van de Hogeschool van Amsterdam. HvA Campus Creators is ontstaan door de opleidingen Communicatie en Creative Business en werkt sinds 2025 voor en vanuit de faculteit Digitale Media en Creative Industrie van de Hogeschool van Amsterdam.

Voor meer informatie kun je terecht op: [www.campuscreators.nl](http://www.campuscreators.nl) of [campuscreators@hva.nl](mailto:campuscreators@hva.nl)

## Design

Annamarijn Bos

## Illustratie

Anne Dijkstra

## Tekst

Vera Tomassen

## Productie

Romy Cramer

## Auteurs

Sophie van Abeelen

Capucine Bandeville

Bente Borgman

Lotte Endel

Assia El Hannaoui

Oscar van Haren

Jens Hartel

Aimee Heemskerk

Chayenne van der Heidt

Luca ten Hoor

Liv Maas

Layla El Marzouki

Bram Schot

Aileen Suijkerland

Roman Woodall

## Met dank aan

In opdracht van de docenten van de module 'Mediamakers in de Platformsamenleving' van Communicatie en Creative Business aan de Hogeschool van Amsterdam.

Julia Alexeenko  
Brigitta van den Berg  
Evelien Bosch-van Nieuwenhoven  
Tessa Duzee  
Rik van Eijk  
Yasmine Hafid  
Geert Lovink  
Reinhilde Sotiria König  
Jochem Kootstra  
Suzanne Okkes  
Robert Slagt

Gepubliceerd door HvA Campus Creators Publishing – Amsterdam, Maart 2026.

**ISBN:** 9789083672144

In collaboration with the Institute of Network Cultures  
(website: <https://networkcultures.org/>)

## Disclaimer

Deze bundel is ontstaan door originele werken van studenten tijdens de module Mediamakers in de Platformsamenleving van de opleidingen Communicatie en Creative Business aan de Hogeschool van Amsterdam. De HvA Campus Creators hebben deze geredigeerd, ontworpen en vormgegeven. Ze hebben geprobeerd zo dichtmogelijk bij de originele artikelen te blijven.

This publication is licensed under the Creative Commons Attribution NonCommercial ShareAlike 4.0 Unported (CC BY-NC-SA 4.0). To view a copy of this license, visit [www.creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/](http://www.creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

# Bibliografie

AIContentfy team. (2023, 5 maart). The Future of ChatGPT: Predictions and Opportunities. Geraadpleegd op 24 maart 2025 van <https://aicontentfy.com/en/blog/future-of-chatgpt-predictions-and-opportunities-1>

Airbnb (z.d.) <https://www.airbnb.nl/>

Airbnb A'dam zorgt voor problemen huizenmarkt, Entreemagazine (2018) <https://www.entreemagazine.nl/ondernemen/nieuws/bedrijven/airbnb-adam-zorgt-voor-problemen-huizenmarkt29964>

Airbnb steeds populairder in kleinere steden en gemeenten, Stadszaken (2021) <https://stadszaken.nl/artikel/3904/airbnb-steeds-populairder-in-kleinere-steden-en-gemeenten#:~:text=In%202020%20werden%20in%20Nederland,voor%20het%20gemak%20Airbnb%20genoemd>).

Airbnb maakt comeback: aantal slaapplekken verdubbeld, van den Berg, E. (2023), BNR <https://www.bnr.nl/nieuws/economie/10527215/airbnb-maakt-een-comeback-slaapplekken-verdubbeld#>

Android Planet. (z.d.). Telegram Archives. <https://www.androidplanet.nl/thema/telegram/>

Andriuška, G. (2024, 26 augustus). Understanding Overconsumption: a Global perspective. overconsumption.org. <https://overconsumption.org/blogs/news/understanding-overconsumption-a-global-perspective>

Arrestatie van Telegram-oprichter Pavel Durov werpt nieuw licht op privacy en wetshandhaving. (z.d.). Coinmerce. Geraadpleegd op 19 mei 2025, van <https://coinmerce.io/nl/nieuws/arrestatie-van-telegram-oprichter-pavel-durov/>

Atletiekunie. (2021, 7 december). De invloed van stress op hardlopen. Geraadpleegd van <https://www.hardlopen.nl/artikelen/gezondheid/de-invloed-van-stress-op-hardlopen/>

Autoriteit Persoonsgegevens. (z.d.). Privacy bij apps. Geraadpleegd op 10 oktober 2024, van <https://www.autoriteitpersoonsgegevens.nl/themas/internet-slimme-apparaten/smartphone-apps/privacy-bij-apps>

Bandurenko, D. (2025, 23 april). Why Telegram Mini Apps & Ads Skyrocketed in 2025. Geraadpleegd op 26 mei 2025, van <https://www.linkedin.com/pulse/why-telegram-mini-apps-ads-skyrocketed-2025-dmytro-bandurenko--kwege>

Barcelona gaat appartement verhuur aan toeristen verbieden om woningcrisis aan te pakken, BNNVARA (2024), <https://www.bnnvara.nl/joop/artikelen/barcelona-gaat-appartementverhuur-aan-toeristen-verbieden-om-woningcrisis-aan-te-pakken#>

Bazzi, N. (2025, 3 februari). Van WhatsApp naar Signal: waarom stapt Nederland massaal over? Frankwatching. <https://www.frankwatching.com/archive/2025/01/31/signal-whatsapp-privacy/>

Beckers, k. (2023, 8 augustus). Menstruatie-apps als anticonceptie steeds populairder, maar hoe veilig zijn ze? Nieuwsblad BE. Geraadpleegd op 14 september, van [https://www.nieuwsblad.be/cnt/dmf20230808\\_92981294](https://www.nieuwsblad.be/cnt/dmf20230808_92981294)

Beer, C. (2025, 25 februari). What is Telegram? Statistics, trends, and data you need to know. GWI. <https://www.gwi.com/blog/what-is-telegram>

BeReal. (2024, 12 juni). BeReal. <https://bereal.com/privacy-2/>

Bernaerts, N. (2024) Experts waarschuwen voor “ongeziene wooncrisis”: “Er komt wel degelijk een groot probleem op ons af”, Nieuwsblad [https://www.nieuwsblad.be/cnt/dmf20240503\\_93515771](https://www.nieuwsblad.be/cnt/dmf20240503_93515771)

Betersport. (2024, 12 juni). Wat is bulken? Alles over bulken, clean bulken en cutten. Betersport. <https://www.betersport.nl/betersport-magazine/wat-is-bulken>

Blackwood, E. (2021). What are the top five food apps doing with your data? right.ly. <https://right.ly/our-views-and-opinions/what-are-top-five-food-apps-doing-your-data/>

Bonner-Thompson, C. (2023). Queering digital temporalities? Visceral geographies of Grindr. In *Geoforum* (Vol. 144, p. 103815). <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2023.103815>

Brandsma, B. (2024, november 16). Polarisatie-expert: 'geef wij-zij-denken geen brandstof'. Opgeroepen op december 10, 2024, van <https://www.nporadio1.nl/fragmenten/nos-radio-1-journaal/9d805f74-fcd2-46b2-b435-e29b47765ad5/2024-11-16-polarisatie-expert-geef-wij-zij-denken-geen-brandstof>

Bronk, L. (2025, 18 februari). Geheimen vertellen aan ChatGPT blijkt niet zonder gevaren. *Ey! Daily*. Geraadpleegd op 22 maart 2025 van <https://eydaily.nl/algemeen/geheimen-vertellen-aan-chatgpt-blijkt-niet-zonder-gevaren/>

Caldwell, J., & Fisher, J. H. N. (2023). A double-edged sword: How diverse communities of young people think about the multifaceted relationship between social media and mental health. NORC at the University of Chicago, Hopelab, & Common Sense.

CalisthenicsWorld.nl. (2024, 9 september). Bulken; wat is het en hoe werkt het? Alles over de sport calisthenics. [https://calisthenicsworld.nl/voeding/bulken/?utm\\_source=chatgpt.com](https://calisthenicsworld.nl/voeding/bulken/?utm_source=chatgpt.com)

Cauwenberghs, J. (2022, 29 juni) Vrouwen in de VS verwijderen menstruatieapps na abortusarrest: wat is er aan de hand? VRT. Geraadpleegd op 24 september, van <https://www.vrt.be/vrtnws/nl/2022/06/29/privacyproblemen-menstruatieapps-roevswade/#:~:text=Op%20verschillende%20sociale%20media%20zoals,vrouwen%20die%20een%20abortus%20ondergaan.>

CBS. (2022, 9 september). Hoeveel slachtoffers maakt online criminaliteit? - Nederland in cijfers 2022. Hoeveel Slachtoffers Maakt Online Criminaliteit? - Nederland in Cijfers 2022 | CBS. Geraadpleegd op 18 januari 2025, van <https://longreads.cbs.nl/nederland-in-cijfers-2022/hoeveel-slachtoffers-maakt-online-criminaliteit/>

CBS. (2023, 8 september). Hoeveel duurder werd eten? - Nederland in cijfers 2023. Geraadpleegd op 2 oktober 2024, van <https://longreads.cbs.nl/nederland-in-cijfers-2023/hoeveel-duurder-werd-eten/>

Centraal Bureau voor de Statistiek. (2023, 31 mei). Kwart 18- tot 25-jarigen te zwaar. Centraal Bureau voor de Statistiek. <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2023/22/kwart-18-tot-25-jarigen-te-zwaar>

Centraal Bureau voor de Statistiek. (2024, 3 september). Bijna kwart Nederlanders gebruikt kunstmatige intelligentie zoals ChatGPT. Geraadpleegd op 18 februari 2025 van <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2024/36/bijna-kwart-nederlanders-gebruikt-kunstmatige-intelligentie-zoals-chatgpt>

Chan, L. S., & Wu-Ouyang, B. (2025). The Association Between Dating App Usage and Body Image Dissatisfaction among Young Men Who Have Sex with Men in Hong Kong: A Mixed Methods Study. *Sexuality Research And Social Policy*. <https://doi.org/10.1007/s13178-025-01091-x>

Chandonnet, H. (2025, January 16). How Letterboxd went mainstream. *Fast Company*. <https://www.fastcompany.com/91260636/how-letterboxd-went-mainstream>

Confessore, N. (2018, april 4). Cambridge Analytica and Facebook: The Scandal and the Fallout So Far. *Opgeroepen op december 1, 2024*, van <https://www.nytimes.com/2018/04/04/us/politics/cambridge-analytica-scandal-fallout.html>

Coyle, A. G. (2024, 27 november). Prison | Definition, History, & facts. *Encyclopedia Britannica*. Geraadpleegd op 10 december 2024, van <https://www.britannica.com/topic/prison>

Cuthbertson, A. (2024, november 4). Elon Musk appears to have tweaked X's algorithm to promote Trump, study claims. *Opgeroepen op december 1, 2024*, van <https://www.independent.co.uk/tech/elon-musk-trump-x-algorithm-bias-b2640976.html>

Dean, C. L. B. (2022, 15 november). Counting Calories: How we improved the performance and developer experience of UberEats.com | Uber blog. *Uber Blog*. <https://www.uber.com/en-NL/blog/uber-eats-com-web-app-rewrite/>

Dee. (2024, 18 november). How much data does TikTok collect? Know if your data is safe. *High Social TikTok*. Geraadpleegd op 18 januari 2025, van <https://www.highsocial.com/resources/how-much-data-does-tiktok-collect/>

De Groot, H. (2025, 22 januari). Steeds meer studenten schrijven hun scriptie met ChatGPT, wat zijn de risico's? Metronieuws. Geraadpleegd op 26 februari 2025 van <https://www.metronieuws.nl/lifestyle/tech/2025/01/studenten-schrijven-scriptie-chatgpt-risicos/>

De grote datarroof - VPRO Tegenlicht. (z.d.). VPRO. <https://www.vpro.nl/programmas/tegenlicht/kijk/afleveringen/2019-2020/de-grote-dataroof.html>

De Haan, S. (2023, 11 juli). Jongeren en... BeReal - YoungWorks. Youngworks. <https://youngworks.nl/blog/jongeren-en-bereal/>

De Vlieger, J. (2019, 24 januari). Help, ik heb Strava-noia! Online uitpakken met trainingsarbeid bezorgt renners stress en frustratie. Het Nieuwsblad. Geraadpleegd van <https://www.nieuwsblad.be>

De Vos, P. (z.d.). De invloed van ChatGPT op ons eigen brein. Custom Website. Geraadpleegd op 24 maart 2025 van <https://www.customwebsite.nl/blogs/marketing/de-invloed-van-chatgpt-op-ons-eigen-brein/>

De Waal, M., Poell, T., & Van Dijck, J. (2018). The platform society.

Dibinedetto, C & Cavender, E. (2024, January 10) Letterboxd is changing the way we talk about movies online | Mashable. (n.d.). Retrieved 16 June 2025, from <https://mashable.com/article/letterboxd-red-carpet-reviews-online-discourse>

Division, I. A. E., Forbes, H., Peacock, E., Abbot, N., & Jones, M. (2024, 21 maart). Food Waste Index Report 2024. Think Eat Save: Tracking Progress to Halve Global Food Waste. <https://wedocs.unep.org/handle/20.500.11822/45230>

DPG Media Privacy Gate. (z.d.-a). <https://tweakers.net/nieuws/225750/ceo-en-oprichter-telegram-is-gearresteerd-in-frankrijk.html>

DPG Media Privacy Gate. (z.d.-b). <https://tweakers.net/nieuws/227222/telegram-heeft-voor-het-eerst-data-gedeeld-met-nederlandse-dienst.html>

Driessen, M. (2023, 30 juli). Zo ontwikkel je jouw Prestatiegerichtheid. Geraadpleegd van <https://entrepreneurscan.com/nl/blog/zo-ontwikkel-je-jouw-prestatiegerichtheid/#:~:text=Prestatiegerichtheid%20is%20de%20behoefte%20om,de%20motivatie%20voor%20het%20ondernemerschap.>

Ellis, B. (2024, April 28). Beyond the Mainstream: How Letterboxd is Reshaping Film Culture & What Brands Can Learn from This. YouScan. <https://youscan.io/blog/how-letterboxd-is-reshaping-film-culture/>

Ergul, I. (2020, September 27). Letterboxd: A transformation of film criticism culture in the digital age. Masters of Media. <https://mastersofmedia.hum.uva.nl/2020/09/letterboxd-a-transformation-of-film-criticism-culture-in-the-digital-age/>

Europees Parlement. (z.d.). AI-verordening: eerste regels voor artificiële intelligentie. Geraadpleegd op 3 maart 2025 van <https://www.europarl.europa.eu/topics/nl/article/20230601STO93804/ai-verordening-eerste-regels-voor-artificiele-intelligentie>

Figliola, P. M. (2023). TikTok: Technology Overview and Issues. Geraadpleegd op 19 januari 2025, van <https://crsreports.congress.gov/product/details?prodcode=R46543>

Filter Bubble. (z.d.). Filter bubble. <https://aisafety.netlify.app/filter-bubble.html>

Focused Privacy, Discussion Groups, Seamless Web Bots and More. (2019, 31 mei). Telegram. <https://telegram.org/blog/privacy-discussions-web-bots#anonymous-numbers>

Fokkens, E. (2020). The Quantified Self door middel van Strava (Bachelor eindwerkstuk). (Universiteit Utrecht, N. Kerssens, Red., A. Smit, Vert.), Universiteit Utrecht (pp. 1-3). Geraadpleegd van <https://studenttheses.uu.nl/bitstream/handle/20.500.12932/844/Eindwerkstuk%20Etienne%20Fokkens%206912915.pdf?sequence=1>

Foresiet. (2024, 25 september). Telegram Changes Privacy Policy, Agrees to Share User Data for Criminal Investigations. Foresiet - Digital Risk Protection platform | Artificial Intelligence based Cybersecurity. <https://foresiet.com/blog/telegram-changes-privacy-policy-agrees-to-share-user-data-for-criminal-investigations>

Foucault, M. (1975). Discipline, toezicht en straf. Hogeschool van Amsterdam. Geraadpleegd op 11 september 2024, van <https://dlo.mijnhva.nl/d21/le/lessons/611866/topics/2204258>

Foucault, M. (1989). Discipline, toezicht en straf : de geboorte van de gevangenis. <https://lib.ugent.be/nl/catalog/rug01:000465103>

Foucault, M. (1993b). Surveiller et punir. <https://doi.org/10.14375/np.9782070729685>

Foucault, M. (2018). Discipline, toezicht en straf: De geboorte van de gevangenis (8e druk, Vertalerscollectief, Vert). Historische uitgeverij. Geraadpleegd op 28 maart 2025 van <https://dlo.mijnhva.nl/d21/le/lessons/611864/topics/2366150>

Gannes, L. (z.d.). GPS app Strava sued over cyclist's death. Geraadpleegd van <https://allthingsd.com/20120619/gps-app-strava-sued-over-cyclists-death/>

Gebruik van Airbnb in Amsterdam voor het eerst omlaag, NOS (2019) <https://nos.nl/artikel/2282912-gebruik-van-airbnb-in-amsterdam-voor-het-eerst-omlaag>

George, D. (2023) 4 Reasons Airbnbs Are Partly to Blame for the Housing Crisis, The Ascent <https://www.fool.com/the-ascent/mortgages/articles/4-reasons-airbnbs-are-partly-to-blame-for-the-housing-crisis/>

George, T. (2023, 24 mei). Wat zijn de beperkingen van ChatGPT? Scribbr. Geraadpleegd op 21 maart 2025 van <https://www.scribbr.nl/ai-tools-gebruiken/chatgptbeperkingen/#:~:text=ChatGPT%20loopt%2C%20net%20als%20alle,raciale%20en%20genderstigma's%20kan%20verergeren.>

Global number of Letterboxd subscribers 2024. (n.d.). Statista. Retrieved 7 May 2025, from <https://www.statista.com/statistics/1555400/number-letterboxd-subscribers-worldwide/>

Grate, H. O. (2022, 16 november). Steeds meer jongeren last van prestatiedruk.

Geraadpleegd van <https://voorlichtingopscholen.nl/jongeren-last-van-prestatiedruk/>

Grijspaardt. (2020, 22 oktober). The Negative Effects of Self-Tracking on Strava. Geraadpleegd van <https://blogs.fasos.maastrichtuniversity.nl/digitalcultures-MA/students/jgrijspaardt20/2020/10/22/the-negative-effects-of-self-tracking-on-strava/>

Grindr. (2025). Privacy beleid. Geraadpleegd op [help.grindr.com](https://help.grindr.com)

Gwi. (2023). Social Media Trends: 2024 Global Report. <https://www.gwi.com/reports/social>

Haasnoot, S. (2021, 28 januari). ANTICONCEPTIE-APPS: 'VEILIG' SEKSEN OP EEN ALGORITME? NPO3FM. Geraadpleegd op 12 september 2024, van <https://www.npo3fm.nl/nieuws/human/40509d1d-8c09-4d69-b1b4-f68e-57de00dc/2anticonceptie-apps-veilig-seksen-op-een-algoritme-2>

Healthworks. (z.d.). De invloed van sociale media op onze eetgewoonten en fitnessdoelen. <https://www.healthworks.eu/blog/de-invloed-van-sociale-media-op-onze-eetgewoonten-en-fitnessdoelen>

Harris, T. (2022, november 7). Social media and political polarization in America | 60 Minutes. Opgeroepen op januari 5, 2025, van <https://www.youtube.com/watch?v=WLfr7sU5W2E&t=5s>

Hein. (2023, 20 maart). Populair, maar ook omstreden: wat is TikTok? MAX Vandaag. Geraadpleegd op 18 januari 2025, van <https://www.maxvandaag.nl/sessies/themas/media-cultuur/populair-maar-ook-omstreden-wat-is-tiktok/>

Het succesverhaal van de prestatie-app Strava. (2020, 18 mei). Runner's World.

Geraadpleegd van <https://www.runnersworld.com>

Hetler, A. (2024, 1 november). 7 common social media privacy issues. WhatIs. Geraadpleegd op 16 januari 2025, van <https://www.techtarget.com/whatis/feature/6-common-social-media-privacy-issues?>

Hoeffnagel, W. (2023, 15 maart). Jongeren openen bovengemiddeld vaak phishingmails. Dutch IT Channel. Geraadpleegd op 16 januari 2025, van <https://www.dutchitchannel.nl/news/176881/jongeren-openen-bovengemiddeld-vaak-phishingmails>

Hogeschool van Amsterdam. (2024). Mediamakers in de platformsamenleving, data en visualisatie les 1. Powerpointslide; 8. Geraadpleegd van Brightspace <https://dlo.mijnhva.nl/d2l/le/lessons/611866/topics/2176768>

Houwelingen van, K. (2022, 12 juli). Vrouwen in VS verwijderen menstruatietoepassingen: data mogelijk ingezet als bewijs voor abortus. Parool. Geraadpleegd op 14 september, van <https://www.parool.nl/wereld/vrouwen-in-vs-verwijderen-menstruatietoepassingen-data-mogelijk-ingezet-als-bewijs-voor-abortus~b2082ecb/>

Hutchinson, Andrew. (2018, 11 maart). Pinterest Releases New Data on How the Platform Influences Purchase Behavior [Infographic]. Social Media Today. <https://www.socialmediatoday.com/news/pinterest-releases-new-data-on-how-the-platform-influences-purchase-behavior/518828/>

Iona Tech. (2022, 18 april). How does Too Good to Go App Work [Video]. YouTube. Geraadpleegd op 12 oktober 2024, van <https://www.youtube.com/watch?v=0GIpPbJwQk8>

Informatiebeveiligingsdienst. (2023, augustus). Risico's verwerking persoonsgegevens door Amerikaanse partij. Geraadpleegd op 19 maart 2025 van <https://www.informatiebeveiligingsdienst.nl/risicos-verwerking-persoonsgegevens-door-amerikaanse-partij/>

Iqbal, M. (2024, 10 oktober). TikTok Revenue and Usage Statistics (2024) - Business of Apps. Business Of Apps. Geraadpleegd op 3 december 2024, van <https://www.businessofapps.com/data/tik-tok-statistics/>

ISO. (2019). Analyse Studentenwelzijn. Analyse Studentenwelzijn (pp. 1-9). Geraadpleegd van <https://www.iso.nl/wp-content/uploads/2019/11/Analyse-Studentenwelzijn-ISO.pdf>

iubenda. (z.d.). Is de GDPR van toepassing op Amerikaanse bedrijven? Geraadpleegd op 3 maart 2025 van <https://www.iubenda.com/nl/help/105936-is-de-gdpr-van-toepassing-op-amerikaanse-bedrijven>

Jassies, K. (2020, 8 oktober). Hoe 10 jaar Instagram onze wereld veranderde. ... Frankwatching. <https://www.frankwatching.com/archive/2020/10/01/instagram-bestaat-10-jaar/>

Jelev, S., Mladenova, G., & Stoimenova, B. (2022). A Behavioral Research Approach to Sustainable Household Consumption in Three Bulgarian Cities. In ResearchGate. <https://doi.org/10.37075/EA.2022.1.06>

Jeugdjournaal, N. (2018, 2 augustus). Musical.ly heet nu Tik Tok: maar waarom eigenlijk? jeugdjournaal.nl. <https://jeugdjournaal.nl/artikel/2244228-musical-ly-heet-nu-tik-tok-maar-waarom-eigenlijk>

Kai, S. (2021, 19 juni). Het panopticum van nu. KAF. <https://kaf.online/het-panopticum-van-nu/>

Karakaya, E. (2022, October 22). Letterboxd: The future of film criticism? - Palatinate. <https://www.palatinat.org.uk/letterboxd-the-future-of-film-criticism/>

Key, K. (2024, 1 november). Learn From Jung Kook: 7 Important TikTok Privacy Tips. PC Mag. Geraadpleegd op 17 januari 2025, van <https://www.pcmag.com/explainers/important-tiktok-privacy-tips>

Kok, A. (2024, 25 juni). Wat zijn cookies en hoe kun je ze beheren? | NordVPN. NordVPN. Geraadpleegd op 1 november 2024, van <https://nordvpn.com/nl/blog/wat-zijn-cookies/>

KRO-NCRV. (2021, maart 14). Ruim 500 spamaccounts op Twitter bemoeien zich met de Nederlandse politiek. Opgeroepen op december 11, 2024, van <https://pointer.kro-ncrv.nl/spamaccounts-tk2021>

KRO-NCRV. (2024, mei 2). Geen Kamerlid deelt meer berichten van racistisch X-account Radio Genoa dan Wilders. Opgeroepen op december 3, 2024, van <https://pointer.kro-ncrv.nl/geen-kamerlid-deelt-meer-berichten-van-racistisch-x-account-radio-genoa-dan-wilders>

Lazaruk, s. (2024, 8 maart) B.C. Supreme Court certifies class action lawsuit for period tracker app with a million Canadian users. Vancouver sun. Geraadpleegd op 14 september, van <https://vancouversun.com/news/local-news/b-c-supreme-court-certifies-class-action-lawsuit-for-period-tracker-app-with-a-million-canadian-users>

Leigh Gallagher, L. (2017) The Airbnb Story, Penguin <https://www.penguin.co.uk/articles/2017/02/the-air-bnb-story#>

Lewis, J. A. (2024, 15 oktober). TikTok and National Security. CSIS. [https://www.csis.org/analysis/tiktok-and-national-security?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.csis.org/analysis/tiktok-and-national-security?utm_source=chatgpt.com)

Lokale wetten en belastingen, Airbnb <https://www.airbnb.nl/help/article/3029>

Mann, S., Nolan, J., & Wellman, B. (2003). View of Sousveillance: Inventing and Using Wearable Computing Devices for Data Collection in Surveillance Environments. *Surveillance & Society*. <https://ojs.library.queensu.ca/index.php/surveillance-and-society/article/view/3344/3306>

Matthias, & Meg. (2025, 9 mei). Telegram | Overview, history, & facts. *Encyclopedia Britannica*. <https://www.britannica.com/topic/Telegram-software>

Mayer-Schönberger, V. & Cukier, K. (2013). *Big data: A revolution that will transform how we live, work, and think*. Boston: Houghton Mifflin Harcourt.

McCafferty, E. (2024, 22 februari). Nederlands. *VICE*. <https://www.vice.com/nl/>

McMullan, T. (2017, 21 februari). What does the panopticon mean in the age of digital surveillance? *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/technology/2015/jul/23/panopticon-digital-surveillance-jeremy-bentham>

Mcstravick, G. (2022). *The Grindr grid: Exploring how masculinities are visually and linguistically constructed on the World's largest gay social networking and dating app* [Thesis]. In School of Media and Communication, University of Leeds (p. 11,972).

Mediawijs. (2021, 27 september). Wat is een algoritme? Geraadpleegd op 18 januari 2025, van <https://www.mediawijs.be/nl/artikels/wat-een-algoritme>

Meg. (2023, 30 mei). Wat is een segment? | Strava. Geraadpleegd van <https://support.strava.com/hc/nl/articles/216917137-Wat-is-een-segment#:~:text=Kroon%3A%20King%2FQueen%20of%20the,algehele%20klassament%20van%20dat%20segment.>

Michel Foucault (1975) Discipline and Punish – the birth of the prison <https://anarch.cc/uploads/michel-foucault/discipline-and-punish.pdf>

Milieu Centraal. (z.d.). Hoeveel voedsel verspillen we in Nederland? Geraadpleegd op 29 oktober 2024, van <https://www.milieucentraal.nl/eten-en-drinken/voedselverspilling/hoeveel-voedsel-verspillen-we/>

Move to Impact. (2024, 19 september). Alles wat je moet weten om B Corp te worden - Move to Impact. Move To Impact. Geraadpleegd op 4 oktober 2024, van <https://movetoimpact.com/nl/b-corp-worden/>

Mulder, E. (2024, 28 januari). Een passend anticonceptiemiddel zonder hormonen: 'Hoe betrouwbaar moet het voor je zijn?'. Metronieuws. Geraadpleegd op 27 september, van <https://www.metronieuws.nl/lifestyle/fit-gezond/2024/01/ontpillen-anticonceptiepil-natuurlijke-methode-anticonceptie/>

Mulder, M., & Mulder, M. (2024, 7 april). Voor- en nadelen van bulken? Sixpack Buikspieren. <https://www.sixpackbuikspieren.nl/voor-nadelen-bulken/#:~:text=Het%20bulken%20kan%20leiden%20tot,buikspieren%20minder%20goed%20zichtbaar%20zijn>

Mulder, T. (2024, 17 oktober). Telegram gaat helpen met boeven vangen. Androidworld.nl. <https://androidworld.nl/nieuws/telegram-gaat-helpen-met-boeven-vangen/>

Mulier Instituut. (z.d.). Dopinggebruik in de kracht- en vechtsport. <https://www.mulierinstituut.nl/publicaties/27360/dopinggebruik-in-de-kracht-en-vechtsport/>

Musk, E. (2023, november 9). Elon Musk: War, AI, Aliens, Politics, Physics, Video Games, and Humanity | Lex Fridman Podcast #400. (L. Fridman, Interviewer) Opgeroepen op december 1, 2024, van <https://www.youtube.com/watch?v=JN3KPFbWCy8&t=3s>

MyDataProduct Inc. (z.d.). Data Product Spotlight: How Uber Eats Gets You To Buy More Food | The MyDataProduct Blog. MyDataProduct. <https://www.mydataprodukt.com/blog/data-product-spotlight-how-uber-eats-gets-you-to-buy-more-food>

NHA. (z.d.). Wat is ChatGPT? Een volledig overzicht. Geraadpleegd op 14 maart 2025 van <https://www.nha.nl/info/wat-is-chatgpt>

Nielsen. How inspiration drives results. (2022, 5 mei). Pinterest. <https://business.pinterest.com/en-gb/insights/how-inspiration-drives-decisions/>

Nobody is Always Watching You: From Big Brother to Big Data. (2018). Geraadpleegd op 11 maart 2025 van <https://dlo.mijnhva.nl/d2l/le/lessons/611864/topics/2366088>

Na diep coronadal nu weer bijna 8000 Airbnb's in Amsterdam, RTL Nieuws (2023) <https://www.rtl.nl/rtl-nieuws/artikel/5411400/airbnb-amsterdam-keuze-toeristen-regels-corona-dal-30-dagen>

Nationale Horecagids. (2023, 23 maart). Too Good to Go heeft 18 miljoen maaltijden in Nederland gered van verspilling. Geraadpleegd op 29 oktober 2024, van <https://www.nationalehorecagids.nl/evenementen/nieuws/16590-too-good-to-go-heeft-18-miljoen-maaltijden-in-nederland-gered-van-verspilling>

Nieuwe Europese regels maken toezicht op vakantieverhuur eenvoudiger, Nul20 (2024) <https://www.nul20.nl/nieuwe-europese-regels-maken-toezicht-op-vakantieverhuur-eenvoudiger>

Nieuwe regels toeristische verhuur, RIGO (2021) <https://www.rigo.nl/nieuwe-regels-toeristische-verhuur/>

Nieuwsuur. (2025, januari 10). Nieuwsuur. Opgeroepen op januari 11, 2025, van [https://npo.nl/start/serie/nieuwsuur/seizoen-2025/nieuwsuur\\_4958/afspelen](https://npo.nl/start/serie/nieuwsuur/seizoen-2025/nieuwsuur_4958/afspelen)

NOS. (2019, 9 januari). Aantal Nederlanders dat gaat fitnessen sterk gegroeid. <https://nos.nl/artikel/2266701-aantal-nederlanders-dat-gaat-fitnessen-sterk-gegroeid>

NXT Level. (z.d.). Bulking vs cutting: All your questions answered. <https://www.nxtlevel.com/nl/nl/contentful/details?type=blog&id=bulking-vs-cutting-all-your-questions-answered#:~:text=WAT%20IS%20BULKEN%3F,door%20een%20toename%20van%20spiermassa>

Oosterveer, D. (2024, 26 januari). Social media in Nederland 2023. Actueel overzicht + trends. Marketingfacts. <https://www.marketingfacts.nl/berichten/social-media-in-nederland-2024/#:~:text=Groei%20BeReal%20stagneert&text=Het%20sociale%20medium%2C%20wat%20het,8%20naar%200%2C7%20miljoen.>

OpenSight B.V. (2024, 23 februari). ChatGPT en privacy. Geraadpleegd op 24 februari 2025 van <https://www.opensight.nl/blog/chatgpt-en-privacy/>

Opinie: 'Weeg de rol van Airbnb mee in het landelijke debat over de woningcrisis', Het Parool (2021) <https://www.parool.nl/columns-opinie/opinie-weeg-de-rol-van-airbnb-mee-in-het-landelijke-debat-over-de-woningcrisis~ba225993/>

Oshana, D. (2021). The case of Grindr and gay men's embodiment and body image through new media (Door Applied Health Sciences, Kinesiology, & Faculty of Applied Health Sciences, Brock University) [Thesis].

Ouderdorp, J. (2023, 25 oktober). Interview Expert.

Palm, T. (2024, 31 januari). Rutgers: 14 procent jonge vrouwen gebruikt natuurlijke anticonceptie. Trouw. Geraadpleegd op 1 oktober, van <https://www.trouw.nl/nieuws/rutgers-14-procent-jonge-vrouwen-gebruikt-natuurlijke-anticonceptie~b89f7108/?referrer=https://www.google.com/>

Pariser, E. (2011). The Filter Bubble: How the New Personalized Web Is Changing What We Read and How We Think. Penguin Books.

Pereira, D. (2024, 10 september). OpenAI business model – How OpenAI makes money? Business Model Analyst. Geraadpleegd op 23 maart 2025 van <https://businessmodelanalyst.com/nl/openai-bedrijfsmodel/>

Pinterest Engineering – Medium. (z.d.). Medium. [https://medium.com/@Pinterest\\_Engineering](https://medium.com/@Pinterest_Engineering)

Ponce, C. (2020). GAY MEN & SELF-PERCEPTION BASED ON GRINDR USE. In Gabriele Plickert, Ph.D., California State Polytechnic University Pomona.

Popular reviews • Letterboxd. (n.d.). Retrieved 21 May 2025, from <https://letterboxd.com/reviews/popular/>

Popowich, S. (2024, december). ChatGPT and the Commodification of KnowledgeWork / ChatGPT et la marchandisation du travail lié au savoir. Geraadpleegd op 11 maart 2025 van [https://www.researchgate.net/publication/390170625\\_ChatGPT\\_and\\_the\\_Commodification\\_of\\_Knowledge\\_WorkChatGPT\\_et\\_la\\_marchandisation\\_du\\_travail\\_li%C3%A9\\_au\\_savoir](https://www.researchgate.net/publication/390170625_ChatGPT_and_the_Commodification_of_Knowledge_WorkChatGPT_et_la_marchandisation_du_travail_li%C3%A9_au_savoir)

Post-X Society. (2024, november 19). Drie praktische tips tegen polarisatie. Opgeroepen op december 11, 2024, van [postxsociety.org](https://www.postxsociety.org): <https://www.postxsociety.org/2024/11/19/drie-praktische-tips-tegen-polarisatie/>

Privacybeleid | TikTok. (2024, 4 december). Geraadpleegd op 10 december 2024, van <https://www.tiktok.com/legal/page/eea/privacy-policy/nl>

Privacyproblemen met sociale media | Kaspersky. (2024, 15 oktober). Geraadpleegd op 18 januari 2025, van <https://www.kaspersky.nl/resource-center/definitions/social-media-privacy>

Psycholoog.nl. (z.d.). Fear of Missing Out (FoMO): Hoe werkt het en wat kun je eraan doen? | <https://psycholoog.nl/blogs/fear-of-missing-out-fomo-hoe-werkt-het-en-wat-kun-je-eraan-doen/>

Psyned. (2024, 12 september). Wat is FOMO, en hoe kom je er vanaf? | Psyned. <https://www.psyned.nl/angsten/fomo-fear-of-missing-out/#:~:text=FOMO%20kan%20namelijk%20ontstaan%20uit,iets%20waardevols%20verloren%20te%20hebben.>

Radtke, K. (2022, 14 September). The Verge. Geraadpleegd op 24 September, van <https://www.theverge.com/2022/9/14/23351957/flo-period-tracker-privacy-anonymous-mode>

Reitzer, J & André-Sarreau, L. (2025, February 13). Comment Letterboxd est devenu l'appli préférée des cinéphiles. <https://www.troiscouleurs.fr/cinema/decryptage-letterboxd/>

Regels Amsterdam, Airbnb. <https://www.airbnb.nl/help/article/860>

Reuvenkamp, Joyce. (2024). The Process of Commodification: A Case Study of Pinterest. Utrecht University <https://studenttheses.uu.nl/handle/20.500.12932/46714>

Salvaggio, E. (2024, 11 december). Nobody is Always Watching You: From Big Brother to Big Data – Cybernetic Forests. Cybernetic Forests. Geraadpleegd op 19 januari 2025, van <https://www.cyberneticforests.com/news/nobody-is-always-watching-you-from-big-brother-to-big-data>

Seggelen van, T. (2024, 18 juli). De privacyrisico's van je menstruatiecyclus-app. Vpngids.nl. Geraadpleegd op 15-10-2024, van <https://www.vpngids.nl/privacy/apps/privacyrisicos-van-je-menstruatiecyclus-app/>

Shoshana Zuboff. New York: Public Affairs (The Hachett Group). 2019. 704 Pages. <https://www.publicaffairsbooks.com/titles/shoshana-zuboff/the-age-of-surveillance-capitalism/9781610395694/>

Sitanala, S. (2025, 11 februari). Met ChatGPT praten over je mentale gezondheid: goed idee of niet? NU.nl. Geraadpleegd op 26 maart 2025 van <https://www.nu.nl/slimmer-leven/6344740/met-chatgpt-praten-over-je-mentale-gezondheid-goed-idee-of-niet.html>

Sneekes, M. (2025, 9 februari). Noa (19) gebruikt ChatGPT als psycholoog: “Het helpt mijn gedachten te begrijpen”. RTL Nieuws. Geraadpleegd op 16 maart 2025 van <https://www.rtl.nl/nieuws/binnenland/artikel/5492965/een-dip-te-boven-komen-dankzij-chatgpt-noa-19-gebruikt-de-bot>

Sociaal en Cultureel Planbureau. (2023, november 11). Kwesties voor het kiezen 2023. Opgeroepen op december 11, 2024, van [scp.nl: https://www.scp.nl/publicaties/publicaties/2023/11/06/kwesties-voor-het-kiezen-2023](https://www.scp.nl/publicaties/publicaties/2023/11/06/kwesties-voor-het-kiezen-2023)

Somanathan, s. s. (2024, 1 december). Een gids voor verschillende soorten schrijfstijlen met voorbeelden. ClickUp. Geraadpleegd op 9 mei 2025, van <https://clickup.com/nl/blog/244360/soorten-schrijven>

Sotiria König, R. & Hogeschool van Amsterdam. (2024, 11 september). MIP\_les2\_HPlatformkunde\_Les2\_B1\_VT\_24\_25 1[Presentatieslides]. [https://icthva-my.sharepoint.com/:p/g/personal/r\\_konig\\_hva\\_nl/Ea4XqYWPQjtDt05EX08HfkQB6qjIDnbkIFCS9YE\\_WhEXVw](https://icthva-my.sharepoint.com/:p/g/personal/r_konig_hva_nl/Ea4XqYWPQjtDt05EX08HfkQB6qjIDnbkIFCS9YE_WhEXVw)

SSL Corp. (2024, 27 september). Wat is een cryptografisch protocol? - SSL.com. SSL.com. <https://www.ssl.com/nl/dit-artikel/wat-is-een-cryptografisch-protocol/>

Stand Together. (2024, januari 17). The psychology of political polarization | Conservatives vs. Liberals. Opgeroepen op december 14, 2024, van youtube.com: [https://www.youtube.com/watch?v=-N2RDWI\\_q8I](https://www.youtube.com/watch?v=-N2RDWI_q8I)

Steenstra, B. (2024, 25 augustus). Telegram: A Beacon of Ethical Entrepreneurship in a World of Big Tech. *Becomedamngood*. <https://www.becomedamngood.com/post/telegram-a-beacon-of-ethical-entrepreneurship-in-a-world-of-big-tech>

Stikker, M., & Lämmerhirt, D. (2024, november 30). Bluesky lost het probleem dat het publieke debat in handen is van big tech niet op. Opgeroepen op december 11, 2024, van waag.org: <https://waag.org/nl/article/bluesky-lost-het-probleem-dat-het-publieke-debat-handen-van-big-tech-niet-op/>

Strava. (z.d.). App voor hardlopen en app voor fietsen | Strava. Geraadpleegd van <https://www.strava.com/mobile?hl=nl-NL#:~:text=Strava%20GPS%20%2D%20app%20voor%20fietsen,activiteiten%20delen%20en%20vrienden%20volgen.>

Strikwerda, L. (2022). Het hedendaagse panopticon: slim toezicht in het digitale tijdperk - Open Universiteit - Open Universiteit. <https://www.ou.nl/-/hedendaagse-panopticon>

Survio. (2025, maart). Gebruik van ChatGPT voor de Correspondent. Geraadpleegd op 23 maart 2025 van <https://www.survio.com/survey/d/R3Q5K2B8Z9Q8L8I4G>

Team, C. (2024, 18 december). Mission, Vision & Core Values of Telegram Messenger. CANVAS, SWOT, PESTEL & BCG Matrix Editable Templates For Startups. <https://canvasbusinessmodel.com/blogs/mission/telegram-messenger-mission>

Telegram FAQ. (z.d.). Telegram. <https://telegram.org/faq#q-how-secure-is-telegram>

Teller huidig woningtekort regio Amsterdam staat op 45.000', NH Nieuws (2023)

<https://www.nhnieuws.nl/nieuws/314771/>

teller-huidig-woningtekort-regio-amsterdam-staat-op-45000

Tenable®. (2023, 31 oktober). TikTok LIVE scams: Stolen live footage used to earn TikTok gifts, promote scams to make money. <https://de.tenable.com/blog/tiktok-scams-stolen-live-footage-used-to-earn-tiktok-gifts-promote-scams-to-make-money>

The BeReal Phenomenon in the Age of FoMO - Etiikka.

fi. (2022, 4 december). Etiikka.fi. [https://etiikka.fi/essays/](https://etiikka.fi/essays/the-bereal-phenomenon-in-the-age-of-fomo/)

the-bereal-phenomenon-in-the-age-of-fomo/

The Peabody Awards. (2021, 18 mei). Charlottesville: Race and Terror

- The Peabody Awards. [https://peabodyawards.com/award-profile/](https://peabodyawards.com/award-profile/charlottesville-race-terror/)

charlottesville-race-terror/

The Portugal News. (2023, 20 augustus). Portuguese waste more food in summer.

Geraadpleegd op 2 oktober 2024, van <https://www.theportugalnews.com/news/2023-08-20/portuguese-waste-more-food-in-summer/80589>

The University of Sydney. (2020, 13 oktober). Food delivery services making

junk foods more accessible. Geraadpleegd op 19 september 2023, van <https://www.sydney.edu.au/news-opinion/news/2020/10/13/food-delivery-services-making-junk-foods-more-accessible.html#:~:text=Study%20with%20us&text=The%20work%20also%20highlights%20a,independent%20scoring%20system%20of%20healthiness>

TikTok - Make your day. (z.d.). Geraadpleegd op 18 januari 2025, van <https://www.tiktok.com/setting?lang=nl-NL>

www.tiktok.com/setting?lang=nl-NL

TODAY. (2024, januari 18). How algorithms shape what you see on social media.

Opgeroepen op december 10, 2024, van youtube.com: [https://www.youtube.com/watch?v=KWt\\_IL3JViY](https://www.youtube.com/watch?v=KWt_IL3JViY)

Törnberg, P. (2022, oktober 10). How digital media drive affective polarization

through partisan sorting. Opgeroepen op december 1, 2024, van [www.pnas.org](http://www.pnas.org): <https://www.pnas.org/doi/10.1073/pnas.2207159119#abstract>

Toeristische verhuur van woonruimte, Gemeente Amsterdam 2021  
[https://openresearch.amsterdam/image/2022/5/16/toeristische\\_verhuur\\_van\\_woonruimte\\_2021.pdf](https://openresearch.amsterdam/image/2022/5/16/toeristische_verhuur_van_woonruimte_2021.pdf)

Tokmetzis, D. (2013, 25 maart). U wordt gezien: Panoptische surveillance - Sargasso. Sargasso. Geraadpleegd op 19 januari 2025, van <https://sargasso.nl/u-wordt-gezien-1-panoptische-surveillanc/>

Too Good To Go. (z.d.). Too Good To Go | Onze geschiedenis. Geraadpleegd op 2 oktober 2024, van <https://www.toogoodtogo.com/nl/about-us/our-history>

Too Good To Go. (2020, 22 januari). Too Good To Go Nederland viert 2-jarig bestaan. Geraadpleegd op 12 oktober 2024, van <https://www.toogoodtogo.com/nl/press/tgtg-viert>

Tony. (z.d.). Are you a prisoner of Strava? Geraadpleegd van <http://www.the-raceforthecafe.com/2017/01/are-you-prisoner-of-strava.html>

Tozetta blog. (2024, 15 december). Telegram en criminelen - Tozetta. Tozetta. <https://tozetta.com/criminaliteit-op-telegram/>

Trustpilot. (z.d.). Pinterest reviews. <https://nl.trustpilot.com/review/pinterest.com>

Uber eats. (z.d.). Uber. <https://about.ubereats.com/nl/nl/>

Van den Berg, E. (2023) Airbnb maakt comeback: aantal slaapplekken verdubbeld, BNR (2023) <https://www.bnr.nl/nieuws/economie/10527215/airbnb-maakt-een-comeback-slaapplekken-verdubbeld#>

Van Der Mast, A. (2024, 9 april). Bekijk de TikTok statistieken van Nederland. Stormachtig. Geraadpleegd op 18 januari 2025, van <https://stormachtig.nl/tiktok-statistieken-nederland/#:~:text=Het%20aantal%20gebruikers%20van%20TikTok%20blijft%20groeien&text=In%20totaal%20heeft%20TikTok%201,dat%20in%202023%203%25%20was.>

Van Der Schoot, O. (2024, 14 oktober). De invloed van sociale media op ons zelfbeeld. Hoofdpersoon. <https://hoofdpersoon.nl/de-invloed-van-sociale-media-op-ons-zelfbeeld/>

Van Dijck, J. (2014). Datafication, dataism and dataveillance: Big Data between scientific paradigm and ideology. *Surveillance & Society*, 12(2), 197–208.

Van Dijck, J., Poell, T., & De Waal, M. (2016). De platformsamenleving. Strijd om publieke waarden in een online wereld. In Amsterdam University Press eBooks. Amsterdam University Press. <https://doi.org/10.5117/9789462984615>

Van Dijck, J., Poell, T., & De Waal, M. (2018b). The Platform Society. Dans Oxford University Press eBooks. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190889760.001.0001>

Van Rijswijk, B. R., & Wichgers, L. W. (2025, 12 februari). Telegram is marktplaats voor criminele handel in bankrekeningen. BNR. <https://www.bnr.nl/nieuws/juridisch/10567026/telegram-is-marktplaats-voor-criminele-handel-in-bankrekeningen>  
Veelgestelde vragen over Telegram. (z.d.). Telegram. <https://telegram.org/faq?setln=nl>

VICE News. (2014, 14 augustus). The Islamic State (Full length) [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=AUjHb4C7b94>

VPRO Tegenlicht . (2024, maart 31). Zó steelt en verkoopt Big Tech jouw gegevens. (V. Tegenlicht, Producent) Opgeroepen op december 2024, van Youtube : <https://www.youtube.com/watch?v=lqscSOGiu20&t=2s>

Vroomen, L. (2023). De privacyrisico's van food delivery apps: wat weten bezorgapps over jou? VPNGids.nl. <https://www.vpngids.nl/privacy/apps/privacyrisicos-food-delivery-apps/>

Waarom is bias een risico bij algoritmes?, Highberg (2021) <https://www.vka.nl/publicaties/hoe-voorkom-je-dat-algoritmes-discrimineren/>

Winkel te, M. (2024, 4 april). De voors en tegens van menstruatietracking apps. Rug. Geraadpleegd op 14 september, van <https://www.rug.nl/let/onze-faculteit/actueel/nieuwsberichten-2024/the-pros-and-cons-of-menstrual-cycle-tracking-apps>

WNL. (2021, februari 4). Zo werkt microtargeting bij verkiezingscampagne: 'Voor iedereen een op maat gemaakte boodschap'. Opgeroepen op december 12, 2024, van youtube.com: <https://www.youtube.com/watch?v=q-6M5oizblc&t=35s>

Woningschaarste en leefbaarheid in Amsterdam, Gemeente Amsterdam (2023)  
[https://openresearch.amsterdam/image/2023/6/27/woningschaarste\\_en\\_leefbaarheid\\_in\\_adam\\_2023.pdf](https://openresearch.amsterdam/image/2023/6/27/woningschaarste_en_leefbaarheid_in_adam_2023.pdf)

Woning verhuren aan toeristen, Rijksoverheid (2020)  
<https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/woning-verhuren/woningverhuur-toeristen>

Wu, T. (2016). *The Attention Merchants: The Epic Scramble to Get Inside Our Heads*. Farrar, Straus and Giroux.

X. (2024, november 15). X Privacy Policy. Opgeroepen op december 1, 2024, van x.com: <https://x.com/en/privacy#:~:text=We%20use%20your%20contact%20information,X%20more%20relevant%20to%20you>

Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. <https://cds.cern.ch/record/2655106>



Deze bundel geeft de lezer de ruimte om kritisch en zorgvuldig na te denken over de platformsamenleving. Studenten van Communicatie en Creative Business, aan de Hogeschool van Amsterdam, hebben zich in de afgelopen jaren gebogen over de platformen van nu: van BeReal tot Pinterest, van UberEats tot Meta's WhatsApp. Wat voor effect hebben deze platformen op de samenleving? Hoe houden we de controle? En, wat geven we mee aan de maatschappij en de platformen om veiligheid te waarborgen?

De docenten en studenten van de opleidingen Communicatie en Creative Business geven je een kijkje in deze vragen in samenwerking met de HvA Campus Creators Publishing. Deze bundel geeft vorm de ruimte om een verlengde te worden van de inhoud, geeft de tekst een verantwoordelijkheid: een kritisch oog voor de mediamaker van nu én van de toekomst.