

Position paper Bits of Freedom rondetafelgesprek Sociale media en inmenging 4 maart 2026

Op 4 maart 2026 organiseert de Kamercommissie Digitale Zaken een rondetafelgesprek over aanbevelingsalgoritmen op sociale media en de gevolgen daarvan op onze samenleving, waaronder inmenging. Bits of Freedom zet zich als digitale burgerrechtenorganisatie al meer dan vijftientig jaar in voor het recht op privacy en communicatievrijheid in Nederland. Vanuit onze technische en juridische expertise maken we graag van de gelegenheid gebruik om een aantal aandachtspunten te delen.

1. Informatiedieet

Meer dan de helft van de Nederlanders **gebruikt** sociale media voor nieuws, voor jongeren is dat zelfs 6 op de 10. Op sociale mediaplatformen bepalen aanbevelingsalgoritmen welke berichten gebruikers te zien krijgen. Daarbij gaat het niet alleen om de soort content die wordt voorgeschoteld, maar ook om de volgorde waarop dit verschijnt. Aangezien zoveel mensen voor hun nieuwsvoorziening afhankelijk zijn van sociale media platformen, hebben deze platformen een grote invloed op hun informatiepositie en daarmee het publieke debat.

Deze aanbevelingsalgoritmen hebben niet bepaald het beste voor met platformgebruikers. Dat heeft alles te maken met het verdienmodel van Big Tech. Sociale media platformen willen hun gebruikers zolang mogelijk online houden, zodat ze zoveel mogelijk advertenties op hen af kunnen vuren en daarmee zoveel mogelijk geld verdienen. Dat lukt het beste via extreme content. Big Tech heeft er dus geen baat bij om gebruikers een breed geïnformeerd en genuanceerd informatieaanbod te tonen.

Goed geïnformeerd zijn is altijd belangrijk, maar in aanloop naar verkiezingen des te belangrijker. Mensen hebben het recht om een goed geïnformeerde beslissing te nemen, maar zijn voor hun informatiedieet afhankelijk van de algoritmen van Big Techplatformen. Zo bleek afgelopen Tweede Kamerverkiezingen uit **onderzoek van Eenvandaag** dat de PVV het meest profiteerde van de aanbevelingsalgoritmen op TikTok. Uit **onderzoek van Global Witness** bleek dat in aanloop naar de verkiezingen in Duitsland het extreemrechtse Afd vooral domineerde op X en TikTok, op de aanbevelingsalgoritmen van accounts die de vier grootste Duitse partijen volgden.

Zeker in aanloop naar verkiezingen, vindt Bits of Freedom het belangrijk dat mensen zelf grip hebben op hun informatiepositie. Mensen moeten zelf kunnen bepalen welke informatie zij te zien krijgen op hun sociale media. Daarom begonnen we een rechtszaak tegen Meta, om af te dwingen dat gebruikers van Instagram en Facebook blijvend kunnen kiezen voor een tijdlijn die niet is gebaseerd op profilering. En met succes! De rechter gaf ons gelijk en dwong Meta haar platformen aan te passen - in Nederland. Sinds januari kunnen de meeste Nederlanders op Meta's platformen dan ook een keuze maken voor een tijdlijn met content van mensen die zij volgen, in chronologische volgorde.

Dat is niet alleen een vereiste vanuit de Digital Services Act (DSA), maar ook een goede ma-

nier om grip te houden op wat je als gebruiker ziet. Momenteel hebben alleen gebruikers van Instagram en Facebook in Nederland hier profijt van en we wachten uitspraak in hoger beroep nog af. **Daarom vragen we uw Kamer om in toekomstige wetgeving, met name de Digital Fairness Act (DFA), in te zetten op regels die expliciet noemen dat keuzes die gebruikers op platformen maken, blijvende keuzes zijn die de autonomie van de gebruikers beschermen.**

2. Ontwerp

Het doel van Big Techbedrijven is om gebruikers zo lang mogelijk op hun platformen te houden, om zo hun advertentie-inkomsten te maximaliseren. Platformen trekken alles uit te kast om dat voor elkaar te krijgen en zetten vaak ontwerp in om gebruikers terug te laten keren en daar te houden. Voorbeelden daarvan zijn: notificaties die standaard ingeschakeld zijn, beloningssystemen zoals 'streaks' die niet uit te schakelen zijn, de eindeloze scrollfunctie, het automatisch afspelen van video's, het verbergen van de klok en het combineren van functionaliteiten op één app.

Ook gepersonaliseerde aanbevelingsalgoritmen spelen hier (weer) een grote rol: deze zijn erop gericht om mensen zodanig te 'triggeren' dat ze blijven scrollen. Sterker nog, [onderzoek](#) toont aan dat studenten die gepersonaliseerde video's zagen, activiteiten prikkelden in verslavingsgerelateerde gebieden van het brein ten opzichte van niet gepersonaliseerde video's. Ondanks al deze ontwerptruc's om verslaving aan te wakkeren, is sociale mediaverslaving (nog) geen officiële klinische verslaving. Zo [betoogde](#) Instagram-baas Adam Mosseri onlangs in een rechtszaak in de VS dat 16 uur per dag online zijn problematisch is, maar geen verslaving.

Dat sociale media (nog) niet officieel zijn aangewezen als verslavend, is geen reden om ontwerp niet te reguleren. Want 16 uur per dag online zijn, dat is ongewenst. Zo bleek uit [onderzoek van de Europese Commissie](#) dat 31% van de consumenten meer tijd of geld spendeerde dan zij van plan waren, vanwege specifieke ontwerpmechanismen. Die ontwerpmechanismen nemen dus de autonomie van consumenten af, dat moet anders, en daar is de Digital Fairness Act de uitgelezen kans voor. De platformen zullen uit zichzelf nooit veranderen, omdat het invloed kan hebben op hun inkomsten. Daarom kijkt Bits of Freedom naar de (Europese) wetgever.

We vragen uw Kamer om zich in de Europese Unie in te zetten voor regulering van verslavend en misleidend ontwerp via de Digital Fairness Act, onder andere door het reguleren van aanbevelingsalgoritmen. Daar heeft Bits of Freedom een uitgebreide positie op, maar wat betreft aanbevelingsalgoritmen zouden de volgende maatregelen moeten worden opgenomen in de Digital Fairness Act. Geprofileerde of gepersonaliseerde aanbevelingsalgoritmen moeten verboden zijn en gebruikers van platformen moeten kunnen kiezen tussen verschillende typen aanbevelingsalgoritmen (waaronder door derde partijen ontworpen aanbevelingsalgoritmen). Deze moeten makkelijk te vinden zijn, duidelijk worden uitgelegd en als standaard kunnen worden ingesteld. Met zulke regels zijn zowel volwassenen als jongeren sterker gewapend tegen Big Tech en houden ze grip op hun tijd.