

# SOCIALE MEDIA

Inzichten en Perspectieven

Luc Steels  
Tom Willaert  
e.a.



**KVAB STANDPUNTEN**

86

Koninklijke Vlaamse Academie van België  
voor Wetenschappen en Kunsten - 2023

# SOCIALE MEDIA: INZICHTEN EN PERSPECTIEVEN



KVAB Press

## **KVAB STANDPUNTEN**

**86**

Concept cover: Francis Strauven  
Ontwerp cover: Charlotte Dua  
Afbeelding: Shutterstock

De tekening van het Paleis der Academiën is een reproductie van het originele perspectief van Charles Vander Straeten in 1823. Jozef Cantré ontwierp het logo van de KVAB in 1947.

De KVAB Standpunten worden gepubliceerd door de Koninklijke Vlaamse Academie van België voor Wetenschappen en Kunsten, Hertogsstraat 1, 1000 Brussel.  
Tel. 00 32 2 550 23 23 – [info@kvab.be](mailto:info@kvab.be) – [www.kvab.be](http://www.kvab.be)

# SOCIALE MEDIA: INZICHTEN EN PERSPECTIEVEN

Luc Steels  
Tom Willaert





# Sociale Media: Inzichten en Perspectieven

## INHOUDSOPGAVE

1. Doel, werkwijze en overzicht .....	12
1.1. Doel .....	12
1.2. Werkwijze .....	13
1.3. Overzicht .....	13
2. Wat zijn sociale media?.....	15
2.1. Definitie.....	15
2.2. Korte geschiedenis .....	15
3. Uitdagingen van sociale media .....	18
3.1. Mentaal welzijn .....	18
3.2. Politiek .....	20
3.3. Economie .....	23
4. Nood aan onderzoek, ontwikkeling en innovatie .....	26
4.1. Waarom systematisch onderzoek.....	26
4.2. Actieve onderzoeksvelden.....	26
4.2.1. Toegang tot data voor onderzoekers .....	26
4.2.2. Archivering, juridische kaders .....	27
4.2.3. Analyse .....	27
4.2.4. Disseminatie .....	28
4.3. Innovatie en ontwikkeling: publieke sociale media .....	28
5. Besluit: aanbevelingen .....	30

## Initiatiefnemers

Luc Steels, em. prof. VUB (rapporteur)  
Jean-Claude Burgelman, em. prof. VUB  
Walter Daelemans, prof. UA  
Tom Willaert, onderzoeker VUB (rapporteur)

## Deelnemers

Bert Bultinck, KNACK  
Simona De Heer, Europees Parlement (kabinet Kim Van Sparrentak MEP).  
Friedel Geeraert, Koninklijke Bibliotheek (KBR)  
Jan Jagers, deCheckers  
Trisha Meyer, Vrije Universiteit Brussel (Brussels School for Governance)  
Guy de Pauw, Textgain  
Stijn Peeters, Universiteit van Amsterdam (Mediastudies)  
Peter Van Aelst, Universiteit Antwerpen (politieke wetenschappen)  
Paul Van Eecke, Vrije Universiteit Brussel (AI lab)  
Laura Vandenbosch, KULeuven (communicatiewetenschappen)  
Nathalie Van Raemdonck, Vrije Universiteit Brussel (SMIT-IMEC)  
Ruben Verborgh, Universiteit Gent (computerwetenschappen-IMEC )  
Ronny Vissers, meemoo  
Katrien Weyns, KADOC-KULeuven

## Samenvatting

Sociale media zijn communicatiekanalen die zijn gebaseerd op participatieve web-technologieën. Gebruikers kunnen er virtuele netwerken vormen waarin ze (inter) actief en bidirectioneel informatie met elkaar kunnen delen. Hun bidirectionele en interactieve karakter onderscheidt sociale media van traditionele unidirectionele massamedia, zoals kranten, tijdschriften, radio en televisie. Gebruikers van sociale-mediaplatformen consumeren immers niet enkel de teksten, beelden, video's of andere informatie die circuleert binnen het netwerk. Ze kunnen die informatie ook zelf mee aanmaken, verspreiden, beoordelen en becommentariëren. Gebruikers van sociale media zijn met andere woorden zowel zender als ontvanger van inhoud. Sociale media ondersteunen zo belangrijke functies van de publieke ruimte: door mensen zich te laten formeren en organiseren, te laten discussiëren, hun identiteit vorm te laten geven en verbinding te laten zoeken met anderen. Dat bekende sociale-mediaplatformen, zoals X, Facebook of Instagram op die manier zeer snel zijn doorgebroken en dagelijks door een groot deel van de bevolking worden gebruikt, maakt dat ze een steeds prominentere rol spelen in alle geledingen en activiteiten van onze samenleving.

Zoals uit dit Standpunt zal blijken, zijn met die prominente rol belangrijke uitdagingen verbonden. Wetenschappelijk onderzoek suggereert onder meer dat het gebruik van sociale media samenhangt met problemen van mentaal welzijn, dat platformen bijdragen tot de verspreiding van desinformatie, dat dataverzameling door sociale media belangrijke privacyrisico's inhoudt en dat onze afhankelijkheid van grote techbedrijven onze digitale soevereiniteit in toenemende mate onder druk zet. Wij menen dat deze complexe maatschappelijke uitdagingen, die zowel te maken hebben met het gebruik en het technisch ontwerp als met het businessmodel van sociale-mediaplatformen, een doorgedreven interdisciplinaire aanpak vergen die verschillende actoren verenigt. De vraag moet gesteld worden 'hoe sociaal de sociale media nog wel zijn?', en daaraan gekoppeld: hoe kunnen we ervoor zorgen dat de ontegensprekelijke voordelen van de sociale media gevrijwaard worden?

Wij stellen daarom acties voor op het snijvlak van drie assen:

### Onderzoek

Het is van belang dat empirisch onderbouwd onderzoek wordt gedaan naar sociale media binnen de Vlaamse, Belgische, en Europese context. Dat onderzoek kan zich toespitsen op de volgende thema's:

- a. de werking, de inhoud en het gebruik van sociale media (en de samenhang tussen die elementen), met aandacht voor lokale aspecten in relatie tot internationale dynamieken;



- b. de relatie tot andere maatschappelijke ontwikkelingen en technologieën, in het bijzonder artificiële intelligentie (tekstproductie op grote schaal, *recommender systems* enz.);
- c. de mogelijkhedenvoorwaarden om onderzoek naar en met sociale media te doen, waaronder de toegang tot data en juridische kaders voor het verzamelen en het archiveren van data.

## **Ontwikkeling**

Het is even noodzakelijk om in Vlaanderen technische competenties in sociale media te ontwikkelen, onder meer om soevereiniteit op dit terrein te verwerven en vervolgens te verkennen hoe eigen sociale media van de grond kunnen komen die zo veel mogelijk berusten op bestaande initiatieven. We signaleren de noodzaak van:

- a. een impulsprogramma, geïntegreerd in de bestaande bestaande curricula, op het vlak van opleidingen in sociale media aan hogescholen en universiteiten;
- b. een impulsprogramma voor onderzoek en ontwikkeling van de informatica-technologie (de 'architectuur') die relevant is voor sociale media (interfaces, AI, databanken, telecom enz.);
- c. een overzicht van de groepen die nu al over competenties beschikken;
- d. inzicht in hoe communicatie van de overheid en publieke diensten in het bijzonder – en in het algemeen in de openbare ruimte – kan verlopen via lokale sociale media. Met lokale sociale media bedoelen we platformen die bij ons zijn ontwikkeld, gefinancierd, en verspreid.

## **Innovatie**

Ook op het vlak van innovatie zijn er belangrijke initiatieven nodig om opportuniteiten, competenties en bedrijfsfactoren te stimuleren, bestaande activiteiten te catalogiseren en nieuwe acties op touw te zetten.

In dit Standpunt reiken we een definitie aan van sociale media, brengen we mogelijkheden en uitdagingen in kaart en beargumenteren we op basis daarvan de noodzaak aan wetenschappelijk onderzoek, ontwikkeling en innovatie.

## Executive summary

Social media are communication channels based on participatory web technologies. Users can form virtual networks in which they can (inter)actively and bi-directionally share information with each other. This bidirectional and interactive nature is what distinguishes social media from traditional unidirectional mass media, such as newspapers, magazines, radio and television. After all, users of social media platforms do not just consume the texts, images, videos or other information circulating within the network. They can also create, distribute, review and comment on this information themselves. In other words, users of social media are both sender and receiver of content. Social media thus support important functions of the public sphere: by letting people inform and organise themselves, letting them have a discussion, letting them shape their identities and letting them connect with others. The fact that well-known social media platforms, such as X, Facebook or Instagram, have broken through very quickly in this way and are used daily by a large part of the population, means that they play an increasingly prominent role in all sections and activities of our society.

As this Position Paper will show, there are important challenges associated with that prominent role. Scientific research suggests, among other things, that the use of social media is linked to problems of mental well-being, that platforms contribute to the spread of disinformation, that data collection by social media poses significant privacy risks, and that our dependence on large tech companies is increasingly putting our digital sovereignty under pressure. We believe that these complex societal challenges, which have to do with the use and technical design as well as the business model of social media platforms, require a thorough interdisciplinary approach that unites actors. The question must be asked: 'To what extent are social media still social?' And linked to that: How can we ensure that the undeniable benefits of social media are safeguarded?

We therefore propose actions at the intersection of three axes:

### **1. Research**

It is important that empirically substantiated research is conducted on social media within the Flemish, Belgian, and European context. This research should focus on the following themes:

- a. the operation, content and use of social media (and the interactions between those elements), with attention to local aspects in relation to international dynamics;
- b. the relationship to other societal developments and technologies, in particular artificial intelligence (large-scale text production, recommender systems, etc.);

- c. the condition of possibility to conduct research into and with social media, including access to data and legal frameworks for data collection and archiving.

## **2. Development**

It is equally necessary to develop the technical competencies in social media in Flanders, among other things to acquire sovereignty in this area and then to explore how our own social media can get off the ground, based as much as possible on existing initiatives. We signal a need for:

- a. an impulse programme, integrated into the existing curriculum social media courses at colleges and universities;
- b. an incentive programme for research and development of computer technology (the 'architecture') relevant to social media (interfaces, AI, databases, tele-coms, etc.);
- c. an overview of the groups that already have competencies;
- d. insight into how communication from the government and public services in particular – and in public space in general – can take place via local social media. By local social media, we mean platforms that have been developed, funded, and distributed here in Belgium.

## **3. Innovation**

Important initiatives are also needed in the field of innovation to stimulate opportunities, competencies and business actors, to catalogue existing activities and to initiate new actions.

In this Position Paper, we provide a definition of social media, identify opportunities and challenges and argue the need for scientific research, development and innovation.

## Voorwoord

De reeks Standpunten van de Academie is een bijdrage tot een wetenschappelijk onderbouwd debat over actuele wetenschappelijke en artistieke thema's. De auteurs, leden en werkgroepen van de Academie, schrijven in eigen naam, onafhankelijk en met volledige intellectuele vrijheid. De goedkeuring voor publicatie door een of meer klassen van de Academie waarborgt de kwaliteit van de publicatie. Dit Standpunt werd op 15 december 2023 goedgekeurd voor publicatie door de Klasse van de Natuurwetenschappen.

# 1. Doel, werkwijze en overzicht

## 1.1. Doel

Sociale media worden dagelijks door een zeer groot deel van de bevolking gebruikt en spelen zo een steeds prominentere rol in alle facetten van onze samenleving. Dit Standpunt brengt de maatschappelijke positie van sociale media in kaart en formuleert acties die inspelen op bestaande mogelijkheden en uitdagingen. Het ambieert geen diepgaande studie, maar levert suggesties aan voor acties die bestaand en toekomstig werk rond sociale media een verdere impuls kunnen geven. Zo'n impuls kunnen zowel een reflectief als een pragmatisch karakter hebben, en omvatten activiteiten op wetenschappelijk, technologisch en economisch vlak.

Vanwege de systemische aard van sociale media als technologisch, maatschappelijk en economisch fenomeen moet elk wetenschappelijk standpunt over sociale media multidisciplinair zijn:

- **De ingenieurswetenschappen** bieden inzichten in en dragen bij tot de technologische bouwstenen en de architectuur van sociale media. Zij zorgen er door onderzoek en onderwijs voor dat de nodige technische competenties aanwezig zijn in Vlaanderen. Die omvatten onder meer databanktechnologieën, cybersecurity, *user interfaces*, infrastructuur voor datadeling, en artificiële intelligentie.
- **De sociale wetenschappen en geesteswetenschappen** bieden inzichten in de impact van sociale media op het individu en de samenleving. Dit omvat de bredere culturele impact en receptie van sociale media (bijvoorbeeld op het vlak van taalverandering, haatspraak en desinformatie), de psychologische effecten van het gebruik van sociale media, de invloed van sociale media op politiek en beleid, en de ontwikkeling van didactische instrumenten en strategieën rond mediawijsheid. De sociale wetenschappen dragen ook bij tot een beter begrip van de economische impact van sociale media, met name van de innovatieve bedrijfsvormen en -modellen die mee onder invloed van sociale media zijn ontstaan
- **De natuurwetenschappen**, met name de computerwetenschappen, de studie van complexe systemen en artificiële intelligentie, reiken kwantitatieve instrumenten aan voor de analyse van gegevens op sociale media. Inzichten en instrumenten uit deze onderzoeksvelden liggen onder meer aan de basis van de ontwikkeling van *recommender systems* en methoden voor de analyse van sociale netwerken.
- **De rechtswetenschappen** bieden inzichten in de reguleringen en juridische kaders voor technologische innovaties (bv. de Europese Digital Services Act en AI Act) en hoe die kunnen bijdragen tot de bescherming van onder meer de privacy van burgers, de digitale soevereiniteit van bedrijven en het toegankelijk maken van gegevens voor onderzoekers. Rechtswetenschappers waken erover dat

deze (Europese) regulering in overeenstemming is met de Belgische wetgeving en documenteren de jurisprudentie in disputen.

In dit Standpunt komen in de eerste plaats multidisciplinaire perspectieven uit het wetenschappelijk onderzoek aan bod. Daarnaast leverden ook verschillende actoren die actief zijn op het terrein informatie aan:

- **De media** (kranten, tijdschriften, radio en televisie), die zich herpositioneren in relatie tot de mogelijkheden en uitdagingen van sociale media inzake informatievoorziening.
- **KMO's en VZW's** die zich buigen over de maatschappelijke rol van sociale media, onder meer op het vlak van *factchecking* (bv. deCheckers), detectie van haatspraak (bv. TextGain), of het opzetten en in stand houden van eigen lokale sociale media (bv. Hoplr<sup>1</sup>).
- **Sociale-mediabedrijven** die actief zijn op de Belgische markt en lokale afdelingen hebben. De belangen van deze bedrijven worden verdedigd door koepelorganisaties, zoals DOTEurope.<sup>2</sup>
- **Wetgevende- en beleidsorganen**, zoals parlementen of administraties, die de opdracht hebben om juridische kaders op te stellen of te implementeren.

## 1.2. Werkwijze

Dit werkdokument is grotendeels gebaseerd op inzichten die werden verzameld tijdens een hoorzitting op de KVAB (25 oktober 2023), waarbij wetenschappers en maatschappelijke actoren uit verschillende domeinen werden samengebracht. Het document werd daarna voorgesteld aan de leden van de Klasse van Menswetenschappen, de initiatiefnemer van dit Standpunt, en werd verspreid bij andere geledingen van de academie om commentaren te verzamelen en in de tekst te verwerken.

## 1.3. Overzicht

Het vervolg van dit document omvat de volgende hoofdstukken:

**Hoofdstuk 2. Wat zijn sociale media?** We geven een definitie, een korte geschiedenis en enkele ruwe cijfers over het gebruik van sociale media in België in het algemeen en Vlaanderen in het bijzonder.

---

<sup>1</sup> <https://www.hoplr.com/>

<sup>2</sup> <https://doteurope.eu/22>

**Hoofdstuk 3. Wat is de maatschappelijke en sociale impact van sociale media?** We belichten zowel mogelijkheden als uitdagingen, op drie domeinen: mentaal welzijn, politiek en economie.

**Hoofdstuk 4. Mogelijke impulsen en acties.** Dit Standpunt betoogt dat er een impuls nodig is op drie terreinen: onderzoek, ontwikkeling en economische innovatie. Dit hoofdstuk beschrijft het waarom van mogelijke acties.

**Hoofdstuk 5. Besluit.** Het afsluitende hoofdstuk formuleert ideeën om de acties vorm te geven en vat het Standpunt samen in enkele kernpunten.

## 2. Wat zijn sociale media?

### 2.1. Definitie

De opmars van sociale media is ronduit spectaculair als je nagaat hoe snel miljarden mensen het voorbije decennium ze wereldwijd in hun leven hebben geïntegreerd. Volgens recente cijfers van de Vlaamse Digimeter gebruikt nu gemiddeld 85% van de Vlaamse bevolking op dagelijkse basis sociale media, tot zelfs 98% in de groep tussen 19 en 24 jaar.<sup>3</sup> Omdat sociale media zo alomtegenwoordig zijn in de samenleving, waar verschillende groepen gebruikers ze hebben omarmd, moeten ze ook vanuit verschillende perspectieven worden gedefinieerd.

Vanuit een technisch oogpunt zijn sociale media participatieve, bidirectionele vormen van webtechnologieën waardoor gebruikers virtuele gedecentraliseerde netwerken kunnen vormen waarin ze actief informatie met elkaar kunnen delen. Dit interactieve karakter onderscheidt sociale media van traditionele massamedia, zoals kranten, tijdschriften, radio en televisie. Gebruikers van sociale-mediaplatformen consumeren niet enkel de teksten, beelden, video's of andere informatie die op een bepaald platform circuleren, ze kunnen die informatie ook zelf mee aanmaken, verspreiden, beoordelen en becommentariëren. Deze functies berusten op een infrastructuur die onder meer bestaat uit databank- en servertechnologie om informatie op te slaan, telecommunicatie-infrastructuur om gegevens uit te wisselen, interfaces die intuïtief te gebruiken moeten zijn, *apps* die toegang moeten verlenen tot het platform via smartphones, tablets of andere toestellen, en toepassingen van artificiële intelligentie die mee bepalen welke informatie wordt getoond aan gebruikers (*recommender systems*). Daarnaast steunen sociale media op een uitgebreide cyberbeveiligingsinfrastructuur die het medium, zijn gebruikers en hun gegevens moet beschermen.

Vanuit het standpunt van de gebruikers blijft deze complexe infrastructuur grotendeels onzichtbaar. Gebruikers hebben wel toegang tot een reeks functies waarmee ze een eigen profiel kunnen aanmaken, inhoud delen (zelf een 'zender' zijn), andere gebruikers volgen, commentaren schrijven of inhoud van anderen *liken*. Deze eerder technische functies ondersteunen een reeks van sociale mogelijkheden op het platform (in de literatuur ook wel *affordances* genoemd), zoals het delen van meningen, het organiseren van groepsactiviteiten, digitaal contact zoeken met gelijkgezinden, een debat opzetten en op de hoogte blijven van nieuws. Sociale media ondersteunen zo belangrijke functies van de publieke ruimte door mensen zich te laten informeren en organiseren, hen te laten discussiëren, hun identiteit te laten vormgeven en hen verbinding te laten zoeken met anderen. Het succes van de sociale media steunt mee op het feit dat al deze participatieve

---

<sup>3</sup> [https://www.imec.be/sites/default/files/2023-03/imec\\_digimeter\\_2022.pdf](https://www.imec.be/sites/default/files/2023-03/imec_digimeter_2022.pdf)



– lees 'sociale' – functies voor het eerst in de geschiedenis van de massamedia vlot toegankelijk zijn voor grote groepen gebruikers.

## 2.2. Korte geschiedenis

Een vroege voorloper van sociale media was e-mail, een technologie die midden de jaren 1970 werd ontwikkeld en voornamelijk werd gebruikt aan een aantal Amerikaanse universiteiten en instellingen. Via e-mail kun je berichten uitwisselen, doorsturen en er data aan toevoegen. Het was ook al mogelijk om groepen te vormen van mensen met dezelfde interesses of teams die aan dezelfde dingen werkten. Door de gestage groei van de geheugencapaciteit en computerkracht konden vrij snel ook beelden en audio uitgewisseld worden.

Toen eerst werkstations en later persoonlijke computers ingang vonden, kregen meer en meer mensen vanaf de jaren 1980 toegang tot e-mail en dataverkeer. De volgende doorbraak kwam er bij de definitie van standaarden voor de wereldwijde uitwisseling van media tussen computers en servers, in de vorm van universele adrespunten. In de jaren 1990 zagen we hierdoor de komst van het World Wide Web, waardoor het voor iedereen mogelijk werd om lokale servers op te zetten met informatie (websites) die je op elk moment kon bevragen. Gebruikers konden ook zelf webpagina's aanmaken.

Ook al in de jaren 1970 ontstonden de eerste *message of bulletin boards* en *community memories*, informatiesystemen die zijn ontwikkeld naar het voorbeeld van een bord met advertenties en berichten, zoals je dat vindt in een supermarkt, maar dan in elektronische vorm. Het eerste *community memory* werd actief in Berkeley in 1972 en liep nog op een centrale computer met één enkele terminal als toegang. Nadat modems meer verspreid raakten, ontstonden her en der primitieve Bulletin Board Systems (BBS), waarmee groepen met gelijke interesses informatie deelden, bijvoorbeeld over computergames of activiteiten in de buurt. Deze systemen beleefden een grote bloei in de jaren 1980 met tienduizenden actieve boards, vooral in de VS, maar ze verdwenen als sneeuw voor de zon na de opkomst van het World Wide Web in het midden van de jaren 1990. Hun functies zijn overgenomen door sociale media.

De opkomst van de draagbare telefoon (de Nokia dateert van 1992), later van de smartphone (de Iphone dateert van 2007) en meer recent van de tabletcomputers (de Ipad is van 2010) zorgde ervoor dat nog meer mensen online kwamen, op een manier die steeds gebruiksvriendelijker werd (*apps*). Bovendien was er een enorme toename van draadloze telecommunicatie met private en publieke hotspots, zodat vandaag de dag vrijwel iedereen op eender welk moment en plaats 'verbonden is'.

Al deze ontwikkelingen lagen samen mee aan de basis van sociale media. De sociale media zoals wij die kennen zijn pas doorgebroken rond 2005 met wat wel eens het web 2.0 genoemd wordt: het participatieve web. Dankzij

participatieve webtechnologieën kun je eenvoudig en dynamisch nieuwe inhoud ter beschikking stellen van anderen, en maken algoritmen de inhoud zichtbaar op basis van gebruikersprofielen. Deze platformen verdienen hoofdzakelijk geld met advertenties. Elk platform heeft zijn eigen doelgroepen, maar allemaal zijn ze erg populair, met miljoenen bezoekers en dagelijks soms miljarden uitgewisselde berichten (bijna 4 miljard op Facebook).

Enkele voorbeelden zijn:

- Facebook (VS - Meta) (2004) is een platform voor het onderhouden van persoonlijke sociale netwerken.
- Reddit (VS) (2005) laat gebruikers toe om hun eigen discussiefora op te richten (zogenaamde subreddits).
- YouTube (YouTube -VS) (2005) is een sociaal medium waarop gebruikers video's kunnen delen
- X (het voormalige Twitter (VS - X) (2006) Is een microbloggingplatform waarop gebruikers korte boodschappen kunnen delen.
- Whatsapp (VS - Meta) (2009) gaat over verschillende platformen heen en ondersteunt video- en telefoonoproepen.
- Instagram (VS - Meta) (2010) is een platform waarop gebruikers afbeeldingen en video's kunnen delen.
- TikTok (China) (2016) laat gebruikers toe om korte video's te delen.

Geen van deze media is ontwikkeld in Europa. Sterker nog, Europa heeft zo goed als geen sociale media die globaal meetellen. Om allerlei redenen zijn de economische voorwaarden voor het ontstaan en de snelle verspreiding van sociale media in Europa niet aanwezig, hoewel de nodige competenties wel degelijk voorhanden zijn. Hierbij valt ook op te merken dat bijvoorbeeld de participatieve discussiesecties van nieuwswebsites doorgaans worden verplaatst naar of 'uitbesteed aan' sociale media, waar de inhoud buiten de verantwoordelijkheid van de redactie valt.

### 3. Uitdagingen van sociale media

Het is ondertussen voldoende bekend dat sociale media niet alleen voordelen bieden. We beperken ons hier tot drie domeinen die aandacht behoeven: mentaal welzijn, politiek en economie. We kijken niet alleen naar de problemen maar ook naar mogelijke oplossingen.

#### 3.1. Mentaal welzijn

Sociale media zijn aantrekkelijk omdat ze in principe een positief effect kunnen hebben op het mentaal welzijn (bijvoorbeeld door mensen verbinding te laten zoeken met anderen), maar veel hangt af van het eigenlijke gebruik. Zo worden sociale media steeds vaker geassocieerd met negatieve psychologische effecten, wat onder meer blijkt uit de stijging (tot 75%) van oproepen van jongeren naar crisiscentra de jongste vijf jaar.

Kort samengevat wijst recent onderzoek op de volgende negatieve effecten:

- *Verslavend effect*: de interfaces van sociale media zijn zo ontworpen dat ze een positief gevoel geven als er een bericht binnenkomt, onder meer omdat de persoon die het ontvangt het gevoel heeft dat hij of zij aandacht krijgt. Dit gevoel ebt snel weg, waardoor de gebruiker op zoek gaat naar een nieuwe ervaring en in een verslavende cyclus belandt.
- *Slaapstoornissen*: door de constante drang naar nieuwe impulsen, ook als de persoon reeds in bed ligt, en doordat er dikwijls een signaal komt bij het binnenkomen van een nieuw bericht, ook tijdens de slaap, ontstaan onregelmatige slaappatronen die moeilijk weer in evenwicht te krijgen zijn.
- *Concentratiestoornis*: omdat sociale media ontworpen zijn om de aandacht van gebruikers vast te houden, worden dagelijkse activiteiten onderbroken, wat op termijn leidt tot problemen om de concentratie op een onderwerp lang genoeg aan te houden.
- *Zelfbeeld*: beelden en verhalen op sociale media kunnen gebruikers een onrealistisch beeld van de werkelijkheid geven, bijvoorbeeld door geïdealiseerde lichaamsbeelden te promoten. Gebruikers spiegelen zich aan deze idealen, met als gevolg een toenemend narcisme en toenemende frustratie wanneer men niet aan dit ideaal kan voldoen.
- *Deepfakes*: de verspreiding van gemanipuleerde beelden van bestaande personen kan tot dramatische effecten leiden voor het individu dat het voorwerp is van de beelden, en zelfs tot zelfdoding.<sup>4</sup>
- *Pestgedrag*: hoewel pesten van alle tijden is, zijn sociale media aanjagers van groepspestgedrag.<sup>5</sup>

<sup>4</sup> <https://www.bbc.com/news/world-europe-66877718>

<sup>5</sup> <https://www.vrt.be/vrtnws/nl/2023/05/30/pestgroepen/>

Tijdens de hoorzitting formuleerde professor Laura Vandenbosch (KU Leuven) de volgende aanbeveling aan jongeren:

“Gebruik je sociale media vooral om met vrienden te communiceren, om leuke foto’s te delen of om op de hoogte te blijven van bepaalde zaken, dan is dat voor je welzijn positief. Dan kan dat tot hechtere banden leiden met je vrienden. Sociale media kunnen dagdagelijks je positief affect doen stijgen, want je krijgt allerlei positieve triggers. Volg je heel veel influencers die zogenaamde lifestyle praktijken verkopen? Volg jij ze om te kijken hoe anderen eruitzien? Gebruik je sociale media om bijvoorbeeld heel veel selfies te posten van jezelf om validatie te krijgen van hoe jij eruitziet, dan weten we dat jouw lichaamsbeeld daar eigenlijk mee negatief door wordt beïnvloed.”

### **Wat kan er gedaan worden aan deze problemen en wat wordt er al gedaan?**

- *Aansprakelijkheid van platformen*: de sociale-mediaplatformen betogen dat ze zelf niet verantwoordelijk zijn voor de inhoud die op hun platform wordt verspreid. Hierin verschillen ze van de klassieke media, die onderworpen zijn aan allerlei regels. Velen pleiten daarom voor een duidelijker regelgeving die de verantwoordelijkheden van platformen gelijkstelt aan die van andere media. Als ze die verantwoordelijkheid niet opnemen, moeten sociale media de anonimiteit opheffen waarachter pesters en negatieve influencers zich nu verschuilen. In elk geval moeten de platformen sneller actie ondernemen na klachten en moet het ook eenvoudiger worden om klachten in te dienen. Anderzijds moet onderzocht worden hoe zij die sociale media gebruiken als distributiekanaal voor hun inhoud, beschouwd kunnen worden als klassieke media en dus ook aansprakelijk gehouden kunnen worden. Het basisidee zou hier moeten zijn: wat in de analoge wereld niet mag, mag ook digitaal niet.
- *Individuele verantwoordelijkheid*: ook wie haatdragende berichten verspreidt of verstuurt die leed veroorzaken voor de slachtoffers moet gemakkelijker ter verantwoording geroepen kunnen worden, enerzijds om tot schuldbesef te komen, anderzijds om het leed voor slachtoffers te verminderen door de verdere verspreiding van berichten tegen te houden. De individuele verantwoordelijkheid moet ook gelden voor influencers die allerlei adviezen (ook medische) de wereld insturen. Ook zij moeten verantwoordelijk zijn voor de schadelijke gevolgen hiervan.
- *Maatregelen tegen verslaving*: platformen worden nu gedreven door winst-motieven. Zij doen er alles aan om hun gebruikers zo veel mogelijk op het platform te krijgen en ze er zo lang mogelijk op te houden, omdat dit leidt tot meer advertentie-inkomsten. De mechanismen achter deze verslaving zijn bekend en zijn bewust door de platformen aangebracht. Een mogelijke remedie zijn regelgevende initiatieven, zoals er ook regelgeving is voor andere vormen van verslaving. Een voorbeeld zijn de voorstellen die Europarlementslid

Kim Van Sparrentak indiende.<sup>6</sup> Op de hoorzitting heeft Simona De Heer die toegelicht en heeft zij ook de significante vooruitgang beschreven waardoor de initiatieven worden omgezet in Europese regelgeving. De lidstaten (waaronder België) moeten ze wel mee ondersteunen en vervolgens in de praktijk brengen.

- *Mediawijsheid*: er zijn al diverse concrete initiatieven om mediawijsheid bij te brengen als onderdeel van het reguliere onderwijs, en ook om de bredere bevolking te waarschuwen voor de negatieve effecten van sociale media op het mentaal welzijn. Het belangrijkste project is het Vlaamse Kenniscentrum Digitale en Mediawijsheid.<sup>7</sup> In het onderwijs is men zich ondertussen erg bewust van de problematiek, vooral omdat dit ook een sterk negatief effect heeft op de leescapaciteit van leerlingen en hun onvermogen tot concentratie.

### 3.2. Politiek

Ook in Vlaanderen maken politici intens gebruik van sociale media om hun ideeën en opinies bekend te maken, omdat ze zo mensen rechtstreeks kunnen aanspreken zonder de filter van de journalistiek, die mee als taak heeft feiten te checken en de implicaties van politieke besluiten te onderzoeken. Sociale media geven iedereen een megafon om politieke trends in gang te zetten of te versterken. In die zin dragen ze bij tot het versterken van de democratie. Maar sociale media zijn een tweesnijdend zwaard dat niet alleen het democratische gehalte van discussies kan opvoeren maar dat ook een aantal zeer schadelijke neveneffecten kan hebben op de publieke ruimte en een gezonde democratische besluitvorming.

Kort samengevat komen de belangrijkste politieke problemen van sociale media hierop neer:

- *Desinformatie*: doordat je op sociale media eender wat kunt beweren, is er geen rem om opinies of verzonnen feiten de wereld in te sturen. Die krijgen hetzelfde gewicht als wetenschappelijk onderbouwde feiten en weloverwogen besluiten. Er ontstaat bij een deel van de bevolking een parallelle realiteit die het erg moeilijk maakt om tot een politieke consensus te komen en de broodnodige actie ook effectief te realiseren. Discussies rond de covidvaccinaties en de klimaatsverandering zijn bekende voorbeelden.
- *Manipulatie*: sociale media maken het mogelijk dat individuen straffeloos berichten kunnen verspreiden in politieke campagnes, met teksten en beelden die onwaar zijn maar toch een emotioneel effect hebben. Hiermee wordt de sereniteit vlak voor verkiezingen of referenda, die ook wettelijk wordt afgedwongen door allerlei regels voor klassieke media, tenietgedaan. Een recent voorbeeld was een nepbeeld van Frans Timmermans, de lijsttrekker van GroenLinks-PvdA, tijdens de verkiezingen van november 2023 in Nederland. Hij werd afgebeeld in een

---

<sup>6</sup> [https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-9-2023-0340\\_NL.html](https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-9-2023-0340_NL.html)

<sup>7</sup> <https://www.mediawijs.be/>

privévliegtuig met een uitgebreide maaltijd en drank voor zich. Het beeld, dat was gemaakt met AI-software, wekte de indruk dat Timmermans niet voor de 'gewone man' op kan komen. Zulke manipulaties gebeuren niet alleen door lokale/nationale politieke tegenstanders, maar ook door buitenlandse actoren die de gang van zaken in een land willen ondermijnen.

- *Aanvallen op politici*: de aanvallen via sociale media op publieke personen, vooral vrouwen en minderheden, zijn enorm toegenomen en hebben een sterk negatief effect op de rekrutering en de motivatie van politiek personeel. Het geval-Kaag in Nederland is een schrijnend voorbeeld. Maar ook in Vlaanderen krijgen politici het zwaar te verduren. Hoewel de negativiteit dikwijls goedgepraat wordt met het feit dat het alleen maar om woorden gaat, blijkt in de praktijk dat deze woorden ook leiden tot daden en groot emotioneel leed veroorzaken bij wie wordt aangevallen.
- *Polarisering*: ondertussen is er een groot aantal studies verschenen die aantonen wat iedereen intuïtief aanvoelt: de polarisering in de samenleving neemt heel sterk – en sneller dan vroeger – toe. Als een gevolg hiervan krimpen de politieke middenpartijen en worden de uitersten groter. Dit komt onder meer omdat de communicatie op sociale media sterker op emoties inspeelt en omdat gebruikers gerichte informatie krijgen, die gepersonaliseerd is op basis van hun profiel. Hierdoor worden opinies en houdingen zonder tegenwind versterkt. Deze krachtige polarisering maakt de vorming van consensus in de democratische besluitvorming veel moeilijker.
- *Vermindering van gedeelde kennis*: democratie heeft nood aan burgers die voldoende op de hoogte zijn om 'met kennis van zaken' mee te beslissen en zo een betere collectieve besluitvorming te garanderen. Het blijkt echter dat mensen die alleen via sociale media op de hoogte blijven, veel minder de juiste toedracht en achtergronden van bepaalde feiten kennen, in vergelijking met wie zijn/haar informatie uit klassieke media haalt (krant, tv, tijdschriften, boeken). Hierdoor ontstaan problemen om voldoende draagvlak te vinden voor het omzetten van rationele besluiten in wetgeving of een overheidsopptreden. In het algemeen blijkt uit de PISA-metingen dat het niveau op het vlak van lezen (maar ook van wiskunde en andere vakken) snel daalt, in Vlaanderen en ook in de ons omringende landen.<sup>8</sup> Het overdadige gebruik van sociale media bij jongeren is niet de enige oorzaak, maar is zeker een factor.

### **Wat kan er gedaan worden aan deze problemen en wat wordt er al gedaan?**

Er zijn een aantal manieren om tegen bovenstaande negatieve effecten in te gaan:

- *Feiten natrekken*: het is nodig om een dam op te trekken tegen de stroom van desinformatie en manipulatie die via smartphones en sociale media bij

---

<sup>8</sup> <https://www.oecd.org/pisa/>

gebruikers binnenstroomt. Deze taak wordt momenteel vooral behartigd door journalisten die werken in de context van klassieke media of voor nieuwe gespecialiseerde organisaties en bedrijven. Voorbeelden hiervan vindt men bij de publieke omroep<sup>9</sup>, tijdschriften<sup>10</sup> en kranten. Het natrekken van feiten gebeurt ondertussen ook door gespecialiseerde bedrijven en organisaties, zoals DeCheckers, een aggregator van diverse factchecking-initiatieven.<sup>11</sup> Factcheckers werken meer en meer samen en hebben ondertussen een kwaliteitslabel, dat wordt uitgereikt door het International Fact-Checking Network (IFCN).<sup>12</sup>

Het volstaat niet beweringen na te trekken. Het is ook nodig om het resultaat van dat werk bij mensen te brengen die al iets anders dan de feiten te horen kregen. Ook hier kunnen de platformen een grotere rol spelen. Nu wordt de kritische informatie vooral verstrekt via klassieke media, waarin de betrokkenen sowieso geen vertrouwen meer hebben. Er is ondertussen een grote groep van mensen die geloven in allerlei samenzweringstheorieën en die definitief verloren zijn voor rationele argumenten. Overigens heeft onderzoek (onder meer door Pieter van Aelst en zijn medewerkers) aangetoond dat het natrekken van feiten wel degelijk een effect heeft: politici en influencers deinzen terug om beweringen die als onwaar zijn gekenmerkt opnieuw de wereld in te sturen.

Het natrekken van feiten vergt een enorme inzet van tijd en personeel om in de lawine van boodschappen te gaan speuren naar wat een grond van waarheid heeft en wat niet. Hiervoor zijn er recent ook hulpmiddelen ontwikkeld die voornamelijk berusten op computertaalkunde en AI-technologie. Ook in Vlaanderen is er al heel wat expertise en zijn er economische initiatieven, zoals Textgain, een spin-offbedrijf van de Universiteit Antwerpen.<sup>13</sup> Het ontwikkelen van betere hulpmiddelen voor moderatoren is een belangrijke doelstelling van verder onderzoek. Gezien onze gemeenschappelijke taal dringt een nauwere samenwerking met Nederland zich op.

- *Wetgeving*: sociale media vormen een deel van de publieke ruimte en moeten daarom onder dezelfde wet- en regelgeving vallen als andere media. Bovendien zijn aanvallen op personen in strijd met de huidige wetgeving. Op dit terrein is vooral wetgevend werk nodig. Wat analoog niet toegestaan is, mag dat digitaal ook niet zijn. Dit simpele maar heldere principe vraagt veel en grondig doordacht beleids- en wetgevend werk. Ons hele aansprakelijkheidsbeleid is in de eerste plaats bedacht voor een analoge wereld waarin massamedia een fysieke drager hebben. Sociale media hebben een andere verschijningsvorm maar zijn daarom niet minder 'massamedia'. De wetgeving is daar niet voor geschikt en moet dus dringend geactualiseerd worden en aangepast aan de digitale realiteit van media in de 21ste eeuw. Zo'n wetgeving kan ook alleen functioneren als de

---

<sup>9</sup> <https://www.vrt.be/vrtmax/a-z/factcheckers/>

<sup>10</sup> <https://www.knack.be/alles-wat-u-moet-weten-over-de-factcheck-van-knack/>

<sup>11</sup> <https://decheckers.be/>

<sup>12</sup> <https://www.poynter.org/ifcn/>

<sup>13</sup> <https://www.textgain.com/>

nodige hulpmiddelen er zijn om te controleren of ze gevolgd wordt, om snel in te grijpen en om zo verdere schade te voorkomen.

### 3.3. Economie

We kunnen alleen maar vaststellen dat Europa economisch zwak is op het vlak van informatietechnologie in vrijwel alle domeinen: softwareontwikkeling, *cloud computing*, internettechnologie, web- en zoekplatformen, AI, sociale media. Er zijn geen Europese platformen met een wereldwijd bereik en in Europa zelf hebben niet-Europese platformen uit de VS (Meta, Twitter), Rusland (Telegram) en China (TikTok) de bovenhand. Over de oorzaken kan veel gezegd worden. Ze liggen niet bij het gebrek aan knowhow of technische kennis bij onderzoekers en ontwikkelaars, wel bij het gebrek aan beschikbaar kapitaal, de traagheid en het conservatisme van Europese ondernemers, en de aard van de innovatiefinanciering vanuit de overheid. Die is bijzonder log en legt een grote administratieve druk op ontwikkelaars.

Wat ook de oorzaken zijn, de economische zwakte op het vlak van informatica in het algemeen en sociale media in het bijzonder, die een pak informatietechnologieën samenbrengen, leidt tot een significante verzwakking van allerlei andere terreinen van de economie. Onder meer de volgende problemen doen zich voor:

- *Verleggen van economische stromen*: in Europa in het algemeen en ook in Vlaanderen heeft men te laat ingezien dat informaticaplatformen, zoals het web of sociale media, een cruciale rol spelen in het economische verkeer van vraag-en-aanbod en in de handel in het algemeen. Wie platformen beheerst, krijgt de controle over economische stromen en boekt daardoor belangrijke winsten: het geeft je de macht om te bepalen welke informatie te zien is en door wie. Nu al gaat het bestellen van een pizza, taxi, vliegtuigreis, hotel enz. via (Amerikaanse) platformen en wordt de bestelling van het product of de dienst beïnvloed door advertenties op sociale media waarvoor betaald wordt aan... (opnieuw Amerikaanse) sociale media.
- *Criminaliteit*: informaticaplatformen bieden enorme mogelijkheden aan hun gebruikers, maar ook aan criminele actoren. Doordat de platformen onder controle staan van buitenlandse actoren, hebben we in eigen land te weinig middelen om die criminaliteit te bekampen. De economische schade door cybercriminaliteit is genoegzaam bekend. Het gaat van financiële schade voor particulieren die in de val van oplichters trappen tot aanvallen op ondernemingen of bestuursorganisaties met enorme (economische) gevolgen.
- *Afbouw van klassieke media*: de dalende inkomsten van klassieke media door de verplaatsing van advertentie-inkomsten naar sociale media leiden tot moeilijkheden om deze media in stand te houden, ook omdat bepaalde sociale media functioneren als nieuwsaggregators die zonder enige vorm van verloning artikels overnemen en verspreiden.



- *Macht van platformeigenaars*: de macht van platformeigenaars om te bepalen wie er op het platform wordt toegelaten, welke boodschappen aanvaardbaar zijn en hoe die worden verspreid, is enorm. Zo zien we in de recente ontwikkelingen bij Twitter (nu X) hoe eigenaar Elon Musk van de ene dag op de andere van gedacht kan veranderen en beslissingen nemen die zeker niet altijd in het publiek belang zijn.

Een recent voorbeeld dat de macht van de platformen illustreert zijn de beperkte mogelijkheden om data van sociale media te archiveren en op die manier wetenschappelijk onderzoek of gezond bestuur mogelijk te maken. Er is een algemene tendens waardoor het steeds moeilijker wordt om aan deze data te komen, omdat er een forse betaling voor wordt gevraagd.

- *Privacyproblemen*: ons gedrag op sociale media vertelt veel over onszelf. België heeft een strenge privacywetgeving, maar omdat sociale media vooral in buitenlandse handen zijn, hebben we geen zicht op wat er met de data gebeurt. Bovendien maakt dezelfde wetgeving het moeilijker om data in eigen land te bewaren. Dat geldt ook voor officiële instanties, zoals de Koninklijke Bibliotheek. We weten dat de informatie nu vooral verkocht wordt aan adverteerders en marketeers.

### **Wat kan er gedaan worden aan deze problemen en wat wordt er al gedaan?**

Er is een duidelijke behoefte aan meer doordachte en op de 21ste eeuw geënte regelgeving en aan middelen om bestaande regels te doen naleven. Maar dat is niet het enige wat er Europa in het algemeen, en in België in het bijzonder, moet gebeuren om de economische opportuniteiten van sociale media ten goede aan te wenden en de problemen op te lossen.

#### *Alternatieve' sociale media naast de bestaande monopolies*

Een belangrijke conclusie van de hoorzitting is dat we in Vlaanderen moeten inzetten op eigen sociale media: platformen die hier worden gefinancierd, ontwikkeld en beheerd. Dit kan zowel gebeuren op basis van privé-initiatieven of wellicht ook met een overheidsinitiatief, zoals dat al gebeurt voor de publieke omroep en voor het Vlaams Datanutsbedrijf Athumi.<sup>14</sup> In eigen beheer kun je platformen maken die veilig zijn, onze normen en waarden respecteren en economische voordelen bieden, zowel op het vlak van sociale media zelf als wat betreft de organisatie van economische stromen die verlopen via sociale media. Een bonus is dat er zo ruimte ontstaat voor onderzoek en ontwikkeling in eigen land. Zo worden er ook competenties opgebouwd in de werking en de verdere evolutie van sociale media.

---

<sup>14</sup> <https://athumi.be/>

Er zijn al enkele privé-initiatieven. Het belangrijkste voorbeeld is Hoplr, dat zich profileert als een 'sociaal netwerk voor de buurt'.<sup>15</sup> Hoplr is opgericht in 2014 en heeft ondertussen al meer dan een half miljoen gebruikers in België. Het platform breidt zich ook uit naar andere Europese landen. Deelnemers moeten in een bepaalde buurt wonen om deel te worden van het buurtnetwerk. Er is geen reclame, geen doorverkoop van gegevens en geen politieke affiliatie. De discussies gaan vooral over problemen of opportuniteiten in de buurt. Externe partijen kunnen wel informatie doorsturen (tegen betaling). De website stelt: 'Deze externe partijen zijn voornamelijk lokale overheden, maar ook nutsbedrijven, intercommunales en organisaties actief in de publieke sector. Dit steeds ter bevordering van de dienstverlening of communicatie naar de burger toe en zonder commerciële insteek.'

Hoplr is een voorbeeld in welke richting sociale media kunnen evolueren: gemeenschappen die hun eigen grenzen stellen en die mogelijk gefedereerd zijn aan elkaar. Het Mastodon framework zorgt voor de nodige softwareondersteuning.<sup>16</sup>

- *Wetgeving*: de Europese Unie gaat er prat op dat ze de omkadering van sociale media duidelijk heeft vastgelegd, maar in de praktijk blijkt deze wetgeving niet sterk genoeg om de monopolistische methoden van de grote techbedrijven in te perken en tegelijk is ze te beperkend om aan Europese spelers de nodige ademruimte te geven om succesvol eigen sociale media in Europa te lanceren. Er zijn inderdaad allerlei regels waaraan Europese bedrijven moeten voldoen (zoals de GDPR-reglementen), maar die niet-Europese bedrijven ofwel in de wind slaan ofwel niet hoeven te volgen in hun eigen land. Daardoor worden ze sterk genoeg om toch op de Europese markt binnen te dringen, omdat gebruikers hun platformen nog steeds kunnen downloaden.

---

<sup>15</sup> <https://www.hoplr.com/>

<sup>16</sup> <https://mastodon.social/explore>

## 4. Nood aan onderzoek, ontwikkeling en innovatie

Het vorige hoofdstuk maakte duidelijk dat heel wat kwesties het potentieel van sociale media ondergraven. De oplossingen kunnen niet of niet alleen van de dominante platformen verwacht worden, omdat die er alle baat bij hebben dat zo'n groot mogelijke groep gebruikers op hun platform blijft, zelfs al is dat schadelijk voor de betrokkenen. Het is dan ook nodig om in eigen land tot actie over te gaan. Wij pleiten in dit standpunt voor meer doorgedreven initiatieven op drie terreinen: onderzoek, ontwikkeling en innovatie. In dit hoofdstuk geven we een aantal argumenten aan waarom deze terreinen speerpunten moeten zijn en hoe zij kunnen helpen om de huidige problemen op te lossen.

### 4.1. *Waarom systematisch onderzoek?*

Er is in Vlaanderen al heel wat onderzoek gebeurd naar sociale media, vooral in de menswetenschappen: communicatiewetenschappen, politieke en sociale wetenschappen, taalkunde. Dit onderzoek is fragmentarisch en niet geïnstitutionaliseerd. Het is ook projectmatig, wat het moeilijk maakt om op lange termijn mensen op te leiden en te behouden. Bovendien is het belangrijk om langetermijntrends te kunnen vaststellen. Daarnaast bestaat er een nood aan technologisch onderzoek vanuit de informaticahoek. Dat onderzoek moet andere mens-machine-interacties detecteren die wél gezond zijn voor het mentaal welzijn, een betere databeveiliging bieden, meer hulpmiddelen ontwikkelen voor moderatoren, grotere limieten stellen aan wat er met data mag gebeuren, AI-instrumenten ontwikkelen die gebruikers ten goede komen, enz.

### 4.2. *Actieve onderzoeksvelden*

#### **4.2.1. Toegang tot data voor onderzoekers**

Dagelijks genereren gebruikers op sociale media en andere onlineplatformen een grote verscheidenheid aan digitale sporen (*trace data*) door originele inhoud toe te voegen, de inhoud van anderen 'leuk' of 'niet leuk' te vinden, of links te delen. De afgelopen jaren zijn academische onderzoekers op deze gegevens gaan vertrouwen om empirisch een breed scala aan onderwerpen te bestuderen, waaronder politieke advertenties, onlinedesinformatie, *opinion dynamics* en de rol van algoritmen (bv. *recommender systems*). Evenzo heeft de beschikbaarheid van grote verzamelingen digitale gegevens op sociale media belangrijke methodologische en wetenschappelijke innovaties opgeleverd in onderzoeksdomeinen als *natural language processing*, kunstmatige intelligentie, digitale methoden (*digital methods*), computationele sociale wetenschappen en complexe systemen.

Hoewel de toegang tot gegevens van sociale media evident belangrijke maatschappelijke en wetenschappelijke voordelen biedt, zijn veel van de infrastructuren en

kaders waarmee onderzoekers de gegevens doorgaans verkrijgen de jongste tijd onder druk komen te staan. Een treffend voorbeeld is de recente sluiting door X van zijn academische onderzoeks-API (*application programming interface*), een dienst waarmee onderzoekers met de hulp van hun eigen computerprogramma's kunnen communiceren met de servers van X om verzamelingen tweets te verkrijgen. Een negatief gevolg hiervan is dat onderzoekers gedwongen worden om ofwel dure datatoegangsplannen te accepteren die platforms aanbieden ofwel zich te wenden tot gegevensverzamelingsdiensten van derden, waarvan de betrouwbaarheid (of zelfs legaliteit) niet altijd gegarandeerd is.

Naast onzekerheid over de beschikbaarheid van gegevens via API's of andere diensten kunnen onderzoekers ook in de war raken over wat ze kunnen verwachten van de wetgevende innovaties die momenteel op EU-niveau worden geïmplementeerd. Het gaat met name om de DSA (*Digital Services Act*), die belooft dat onderzoekers over een juridisch instrument zullen beschikken waarmee ze gegevens van platforms kunnen opvragen, maar waarvan nog onduidelijk is hoe dit precies zou kunnen worden geïmplementeerd en wat de uiteindelijke reikwijdte ervan zou kunnen zijn.

#### **4.2.2. Archivering, juridische kaders**

Uitdagingen met dataverzamelingen hangen nauw samen met uitdagingen inzake de archivering van sociale-mediadata. Aan de KBR en andere Belgische erfgoedinstellingen lopen projecten die als doel hebben om een archief van cultureel en maatschappelijk relevante posts op sociale media te archiveren. Die kunnen mogelijk een belangrijke historische waarde hebben; denk bijvoorbeeld aan tweets van politici. Uit onze hoorzitting bleek onder meer dat deze projecten niet enkel botsen op de al vermelde problemen in verband met de toegang tot data vanop sociale media, maar dat er ook veel onduidelijkheid is over het juridische kader dat deze instellingen in staat moet stellen om de gegevens op lange termijn te bewaren. Om deze waardevolle archiveringsprojecten te kunnen uitvoeren is die juridische duidelijkheid dringend nodig.

#### **4.2.3. Analyse**

De analyse van de massale hoeveelheid data op sociale media kan zeker niet 'met de hand' gebeuren. Ondertussen zijn er wel allerlei hulpmiddelen, die enerzijds komen uit AI en anderzijds uit de datawetenschap en het onderzoek naar complexe systemen. Vanuit AI komen onder meer NLP (*natural language processing*)-technieken die tot op zekere hoogte het onderwerp en de toon van boodschappen kunnen achterhalen, net als een deel van de betekenis. De groep van professor Daelemans aan de Universiteit Antwerpen heeft op dit terrein een internationale reputatie en heeft ook een spinoffbedrijf (TextGain). De studie van complexe systemen levert technieken op om netwerkrelaties tussen berichten en verstuurd

van berichten in kaart te brengen, en ook relaties tussen gebruikersprofielen en gedrag op sociale media. Ook is er nog heel wat inzicht te verwerven in hoe platformalgoritmen negatieve effecten versterken.

#### **4.2.4. Disseminatie**

Ten slotte moeten de middelen aanwezig zijn om onderzoeksresultaten ook effectief op het veld toe te passen. Door de publicatiedruk wordt nu wel in internationale tijdschriften, inclusief toptijdschriften, en in het Engels gepubliceerd door Vlaamse onderzoekers, maar deze publicaties bereiken niet het grote publiek. Veelal is het onderzoek ook gebaseerd op Engelstalige data, omdat die makkelijker beschikbaar zijn. Een bijkomend aspect is dat er gepleit kan worden voor een grotere wetenschappelijke erkenning en valorisatie voor onderzoek dat bijdraagt tot de democratisering van instrumenten voor de analyse van sociale-mediadata (bv. tools en interfaces voor een niet-technisch publiek, *observatories*). Dit geldt eveneens voor onderzoek dat gericht is op het verzamelen, cureren en delen van datasets.

#### *4.3. Innovatie en ontwikkeling: publieke sociale media*

Als aanvulling op de mogelijke impulsen op het vlak van onderzoek naar sociale media vestigen we tot slot ook de aandacht op mogelijke lijnen voor verdere innovatie en ontwikkeling, met als speerpunt de ontwikkeling van alternatieve sociale-mediaplatformen.

Zoals bleek uit ons historisch overzicht en onze definitie van sociale media zijn de grootste en meest gebruikte platformen in handen van niet-Europese bedrijven. Er kan worden geopperd dat dit leidt tot een schrijnend gebrek aan digitale soevereiniteit. Zo verloopt de communicatie van veel publieke diensten (bv. de NMBS) via sociale media, zoals X (het voormalige Twitter) of andere niet-Europese platformen. Wanneer de eigenaars van die platformen besluiten om ingrijpende aanpassingen te doen aan hun medium of zelfs om het medium te sluiten, kan die officiële communicatie in het gedrang komen. Vanwege eerder aangehaalde problemen, zoals een overaanbod aan informatie, de aanwezigheid van desinformatie en negatieve effecten zoals filterbubbels, wordt het voor de burger bovendien ook steeds moeilijker om op sociale media betrouwbare informatie terug te vinden.

In het licht van deze ontwikkelingen stellen we dat een belangrijke innovatie-impuls erin kan bestaan om in Vlaanderen na te denken over de constructie van alternatieve sociale media, die naast de bestaande platformen kunnen staan. Uit onze hoorzitting kwam naar voren dat verschillende actoren in Vlaanderen al actief bezig zijn met de ontwikkeling van dergelijke sociale media, onder meer in de context van het ondersteunen van lokale besturen (zie bv. Hoplr, ATHUMI).

Dergelijke initiatieven tonen aan dat het mogelijk is platformen te bouwen die tegemoetkomen aan de concrete informatienoden van burgers, en die het voor burgers mogelijk maken om op een betekenisvolle manier verbinding te zoeken met elkaar, bijvoorbeeld door kennisdeling te faciliteren, de uitwisseling van materialen mogelijk te maken, mensen de mogelijkheid te bieden vrijwilligers te vinden en in te schakelen.

De ontwikkeling van publieke sociale media in Vlaanderen vergt een verdere uitwerking en opschaling van de principes en ideeën die op lokaal niveau hun waarde al hebben bewezen. Dit kan worden bereikt door de actoren samen te brengen die in dit Standpunt de revue zijn gepasseerd: wetenschappers kunnen op basis van onderzoekinzichten helpen bij het uittekenen van de architectuur van het platform, democratische businessmodellen en beheersstructuren uitwerken (bijvoorbeeld op het vlak van *content moderation*), en via onderwijs bewerkstelligen dat het medium toegankelijk en bruikbaar is voor alle geledingen van de samenleving. De ontwikkeling en de constructie van het publieke medium stellen ook belangrijke technische uitdagingen die innovaties vereisen op al vermelde domeinen, zoals datadeling, artificiële intelligentie, cybersecurity en webtechnologieën. Samenwerking tussen de verschillende partners (uit de academische wereld, industrie, publieke diensten) kan het mogelijk maken om bestaande kennis en technologie verder te valoriseren en de regio mogelijkheden bieden om expertise in deze domeinen verder uit te bouwen.

## 5. Besluit: aanbevelingen

Sociale media, die we in dit Standpunt hebben gedefinieerd als participatieve, bidirectionele webtechnologieën, bieden significante maatschappelijke kansen maar brengen ook uitdagingen met zich mee. Ons standpunt is dat we als samenleving op een geïnformeerde en actieve manier met die kansen en uitdagingen aan de slag moeten gaan en opportuniteiten moeten identificeren om op een zelfbeschikkende manier sociale media te gebruiken. Tegen de dominantie van enkele grote tech-bedrijven in moeten we zoeken naar manieren om ze mee vorm te geven. Wij stellen met dat doel de volgende acties voor:

### 1. *Onderzoek*

Het is van belang dat er verder onderzoek wordt gedaan naar sociale media binnen de Vlaamse, Belgische en Europese context. Dit onderzoek kan zich toespitsen op de volgende thema's:

- a. de werking, inhoud, regulering en het gebruik van sociale media (en de samenhang tussen die elementen), met aandacht voor lokale aspecten in relatie tot internationale dynamieken;
- b. de relatie tot andere maatschappelijke ontwikkelingen en technologieën, in het bijzonder artificiële intelligentie (tekstproductie op grote schaal, *recommender systems* enz.);
- c. de mogelijkhedenvoorwaarden om onderzoek te doen, met onder meer toegang tot data en juridische kaders voor dataverzameling en voor de archivering van data.

### 2. *Ontwikkeling*

Het is even noodzakelijk om in Vlaanderen de technische competenties in sociale media te ontwikkelen, onder meer om op dit terrein soevereiniteit te verwerven en vervolgens te verkennen hoe eigen sociale media van de grond kunnen komen die zo veel mogelijk uitgaan van bestaande initiatieven:

- a. een impulsprogramma dat is geïntegreerd in het bestaande curriculum van hogescholen en universiteiten;
- b. een impulsprogramma voor het onderzoek en de ontwikkeling van de webtechnologie (interfaces, AI, databanken enz.);
- c. een overzicht van de groepen die op dit moment over competenties beschikken; inzicht krijgen in hoe communicatie van de overheid en publieke diensten kan verlopen via sociale media.

### 3. *Innovatie*

Ook op het vlak van innovatie zijn er initiatieven nodig om opportuniteiten, competenties en bedrijfsfactoren te stimuleren, bestaande activiteiten te catalogiseren en nieuwe innovatieacties op touw te zetten.

## RECENTE STANDPUNTEN

60. Liliane Schoofs – *Doctoraathouders geven het Vlaanderen van morgen vorm*, KVAB/Klasse Natuurwetenschappen, 2018.
61. Luc Bonte, Aimé Heene, Paul Verstraeten e.a. – *Verantwoordelijk omgaan met digitalisering. Een oproep naar overheden en bedrijfsleven, waar ook de burger toe kan/moet bijdragen*, KVAB/Klasse Technische Wetenschappen, 2018.
62. Jaak Billiet, Michaël Oppenhaffen, Bart Pattyn, Peter Van Aelst – *De strijd om de waarheid. Over nepnieuws en desinformatie in de digitale mediawereld*, KVAB/Klasse Menswetenschappen, 2018.
63. Christoffels Waelkens. – *De Vlaamse Wetenschapsagenda en interdisciplinariteit. Leren leven met interdisciplinaire problemen en oplossingen*, KVAB/Klasse Natuurwetenschappen, 2019.
64. Patrick Onghena – *Repliceerbaarheid in de empirische menswetenschappen*, KVAB/Klasse Menswetenschappen, 2020.
65. Mark Eyskens – *Als een virus de mensheid gijzelt. Oorzaken en gevolgen van de Coronacrisis*, KVAB/Klasse Menswetenschappen, 2020.
66. Jan Rabaey, Rinie van Est, Peter-Paul Verbeek, Joos Vandewalle - *Maatschappelijke waarden bij digitale innovatie: wie, wat en hoe?*, KVAB - Denkersprogramma 2019, KVAB/Klasse Technische Wetenschappen, 2020.
67. Oana Dima (auteur), Dirk Inzé, Hubert Bocken, Pere Puigdomènech, René Custers (eds)., *Genoombewerking voor veredeling van landbouwgewassen. Toepassingen van CRISPR-Cas9 en aanverwante technieken*, ALLEA-KVAB/Klasse Natuurwetenschappen, 2020.
68. Marie-Claire Foblets, *De multiculturele samenleving en de democratische rechtsstaat – Hoe vrijwaren we de sociale cohesie?*, KVAB/Klasse Menswetenschappen, 2020
69. Joost Van Roost, Luc Van Nuffel, Pieter Vingerhoets e.a., *De rol van gas in de Belgische energietransitie – Aardgas en Waterstof*, KVAB/Klasse Technische Wetenschappen, 2020.
70. Richard Bardgett, Joke Van Wensem, *Bodem als natuurlijk kapitaal – KVAB Denkersrapport 2020*, KVAB/Klasse Technische Wetenschappen, 2021
71. Jos Smits e.a., *Multifunctionele eilanden in de Noordzee*, KVAB/Klasse Technische Wetenschappen, 2021.
72. Elisabeth Monard, red., *Kunst, Wetenschap en Technologie in Symbiose*, KVAB/Klasse Technische Wetenschappen, 2021.
73. Jan Wouters, Maaike De Ridder, *De problematiek van de rechtsstaat en democratische legitimiteit binnen de Europese Unie*, KVAB/Klasse Menswetenschappen, 2021.
74. Hilde Heynen, Bart Verschaffel, e.a., *Architectuurkwaliteit vandaag, Reflecties over architectuur in Vlaanderen*, KVAB/Klasse Technische wetenschappen en Klasse Kunsten, 2021.
75. Godelieve Laureys & Kristiaan Versluys e.a., *Language Matters, Taalgebruik en taalbeleid aan de Vlaamse universiteiten*, KVAB/Klasse Menswetenschappen, 2022.
76. Bea Cantillon, *Het armoedevraagstuk en de tragiek van de welvaartsstaat, Zeven termen voor een nieuw sociaal contract*, KVAB/Klasse Menswetenschappen, 2022.
78. Jo Tollebeek, Marc Boone en Karel van Nieuwenhuysse, *Een Canon van Vlaanderen, Motieven en bezwaren*, KVAB Klasse Menswetenschappen, 2022.
79. Luc Taerwe e.a., *Duurzaam Beheer van Infrastructuur, Niet alleen een kwestie van budgetten*, KVAB/Klasse Technische Wetenschappen, 2022.
80. Willem Salet, Marleen Spiekman, Staf Roels, Tom Coppens, Ivo Van Vaerenbergh, *Naar klimaatneutrale woongebouwen in 2050, KVAB Denkersprogramma 2022*, KVAB/Klasse Technische Wetenschappen, 2022.
81. Sabina Leonelli, Stephan Lewandowsky, *De reproduceerbaarheid van het onderzoek in Vlaanderen: Feitenonderzoek en aanbevelingen – KVAB Denkersrapport 2022*, KVAB/Klasse Technische Wetenschappen en Menswetenschappen, 2022.
82. Elisabeth Monard e.a., *Vrij onderzoek noodzakelijk voor maatschappelijke uitdagingen, Ruimte voor wetenschap op initiatief van de onderzoeker*, KVAB/Klasse Technische Wetenschappen, Klasse Menswetenschappen, Jonge Academie, 2023.
83. Herman De Dijn, Gita Deneckere, Danny Praet, Jo Tollebeek, Sabine Verhulst, *Een noodzakelijk goed., Over het blijvend belang van de geesteswetenschappen*, KVAB/Klasse Menswetenschappen, 2023.







We kunnen er niet meer om heen. Sociale media zijn alomtegenwoordig en worden gebruikt door miljarden mensen. Dit komt omdat sociale media een instrument zijn om in een tijd van verregaande individualisering en fragmentering van sociale relaties toch nog contact te houden met vrienden en kennissen, gelijkgezinden te vinden, of het nieuws te volgen. Maar het komt ook omdat sociale media verslavend zijn. Ondertussen is het ook duidelijk dat sociale media ernstige nadelen vertonen. Ze hebben een negatief effect op het psychologisch welzijn van frequente gebruikers (vooral bij adolescenten), leiden tot snellere polarisering en manipulatie van de publieke opinie wat een democratische consensus veel moeilijker maakt, en zijn het speelterrein geworden van allerlei criminele activiteiten.

Deze tekst tracht eerst hoogte te krijgen van de omvang van deze problemen maar wil vooral een zoektocht in gang zetten om sociale media te ontwikkelen die ten goede komen aan iedereen. We hebben niet alleen meer regelgeving nodig en meer mediawijsheid bij gebruikers, maar ook initiatieven om onze eigen sociale media uit te bouwen zodat onze data beter beschermd is, sociale groepen zichzelf beter kunnen organiseren om antisociaal gedrag te weren, en de verslavende werking van sociale media onder controle komt.

De reeks Standpunten van de Academie is een bijdrage tot het wetenschappelijk onderbouwd debat over actuele maatschappelijke en artistieke thema's. De auteurs, leden en werkgroepen van de Academie schrijven in eigen naam, onafhankelijk en met volledige intellectuele vrijheid. De goedkeuring voor publicatie door een of meerdere Klassen van de Academie waarborgt de kwaliteit van de gepubliceerde studies.



**Vlaamse  
overheid**