

Een marktplaats van ideeën of een machtsvacuüm met problemen?

*Een evaluatie van moderatiemethoden op basis van de
governance driehoek.*

Abstract

Dit kwantitatieve surveyonderzoek probeert de voorkeuren van respondenten over moderatiemethoden te analyseren aan de hand de *governance* driehoek (steun aan de markt, de overheid, het maatschappelijk middenveld, of een gelijke samenwerking tussen deze actoren). Hierbij worden specifieke moderatiemethoden voorgesteld die karakteristiek zouden zijn van elk van deze actoren. De onderzochte hypothesen stellen dat steun voor een specifieke actor zal leiden tot steun voor de moderatiemethoden die door deze actor wordt voorgestaan. Uit de resultaten blijkt echter dat respondenten waarschijnlijk een ander meningsvormingsproces hebben. Aan de hand van dit exploratieve onderzoek blijkt dat respondenten met hoge steun voor de markt niet noodzakelijkerwijs voor meer moderatie door bedrijven zelf zijn, maar ook niet de huidige macht van de markt willen inperken door middel van de andere actoren. Aan de andere kant van het spectrum staan respondenten met hoge steun voor de staat of het maatschappelijk middenveld, die wel bereid zijn door middel van de overheid en burgermaatschappijen de macht van bedrijven in te perken. Dit onderzoek vormt een goed begin voor verder onderzoeken naar dit proces van meningsvorming over toezicht op het internet.

Steekwoorden: Digitaal neoliberalisme, digitale soevereiniteit, digitaal constitutionalisme, digitaal multistakeholderisme, internet governance, governance triangle, sociale mediaplatforms, moderatie

Onderzoeksvoorstel Masterscriptie

Department Sociologie

Erasmus School of Social and Behavioral Sciences

Erasmus Universiteit Rotterdam

Allard Zeegers (579933az)

Begeleider: Prof. Dr. P. Mascini

Aantal woorden (exclusief bijlage en referenties): 9966

Inhoudsopgave

1.0	Introductie	4
1.1	Inleiding	4
1.2	Maatschappelijke relevantie	5
1.3	Wetenschappelijke relevantie	6
1.4	Leeswijzer	6
2.0	Theoretisch kader	7
2.1	De <i>governance</i> driehoek	7
2.2	De ideologieën van de actoren	8
2.2.1	Digitaal neoliberalisme	9
2.2.2	Digitale soevereiniteit	10
2.2.3	Digitaal constitutionalisme	10
2.2.4	Digitaal multistakeholderisme	11
2.3	Contentmoderatie als <i>governance</i>	12
2.4	De <i>governance</i> driehoek van moderatie	12
2.4.1	Moderatiemethoden van de Markt	13
2.4.2	Moderatiemethoden van de overheid	14
2.4.2	Moderatiemethoden van het maatschappelijk middenveld	15
2.4.3	Moderatiemethoden van multistakeholderisme	16
2.5	Controlevariabelen	17
2.5.1	Negatieve online-ervaringen	17
2.5.2	Ervaringen met <i>hard moderation</i>	18
2.6	Conceptueel model	18
3.0	Methodologie	19
3.1	Onderzoeksontworp	19
3.2	Dataverzameling	19
3.3	Operationalisering	20
3.3.1	Vragen over Neoliberale moderatiemethoden	20
3.3.2	Vragen over soevereine moderatiemethoden	21
3.3.3	Vragen over constitutionele moderatiemethoden	22
3.3.4	Vragen over multistakeholderisme moderatiemethoden	22
3.3.5	Vragen over vertrouwen in de <i>governance</i> driehoek	23
3.4	Privacy en ethiek	25
4.0	Resultaten	25
4.1	Beschrijvende statistieken	25

4.1.1 Demografische karakteristieken	25
4.1.2 Afhankelijke variabelen.....	27
4.1.3 beschrijvende statistieken onafhankelijke variabelen	29
4.2 Correlaties	30
4.3 Regressieanalyse.....	33
5 Conclusie.....	35
5.1 Nominale en praktische posities.....	35
5.2 De huidige context van het internet.....	35
5.3 beperkingen en vervolgonderzoek	36
Referenties	38
Bijlage: Vragenlijst	46

1.0 Introductie

1.1 Inleiding

In 2024 is de Europese *Digital Service Act* (DSA) ingevoerd (Rensen, 2023). In deze wet worden voorstellen gedaan voor het verbeteren van de rechten van gebruikers van sociale media op zowel kleine als grote internetplatforms. Zo introduceert deze wet boetes voor bedrijven die illegale content op hun website hebben, maar ook nieuwe regelingen die gericht zijn op de standaard gebruikerservaring op de website. Veel van de content die gebruikers op sociale mediawebsites zien wordt momenteel gemodereerd door algoritmen, in het voordeel van het platform zelf. Deze algoritmen zijn goedkoop, snel en puur gericht op het maximaliseren van winst door gebruikers voor een zo lang mogelijke periode op de website te laten verblijven.

De DSA legt de focus op de bescherming van de rechten van individuele gebruikers door bijvoorbeeld bedrijven te verplichten transparanter te zijn over hoe hun algoritmes werken. Kort voordat deze wet werd ingevoerd werd artikel 27a, het *crisis response mechanism*, hieraan toegevoegd (Access Now, 2023). Deze regeling geeft de Europese Commissie de macht om op elk moment een noodtoestand uit te roepen. Volgens sommige maatschappelijke organisaties zou dit gebruikt kunnen worden om de vrijheid van meningsuiting voor miljoenen mensen in te perken.

De discussie over besturing van het internet (vanaf nu; internet *governance*) is even oud als het internet zelf (DeNardis, 2010). Internet *governance* heeft een lange geschiedenis die geanalyseerd kan worden aan de hand van de ideologieën die deze verschillende *governance* beslissingen onderbouwen. Santaniello (2021) beschrijft deze ideologieën als digitaal neoliberalisme, -soevereiniteit, -constitutionalisme, en -multistakeholderisme. Elke ideologie is gekarakteriseerd door de actor die hierin de prominente rol zou moeten spelen. In het neoliberalisme zou de markt deze rol spelen, in soevereiniteit de staat, in constitutionalisme het maatschappelijk middenveld, en in multistakeholderisme zouden al deze actoren een prominente rol spelen in internet *governance*.

Het is echter nog onduidelijk hoe deze machtsverhoudingen zich vertalen in de gebruikerservaring. In dit onderzoek zal worden nagegaan hoe het aanhangen van deze

ideologieën en het vertrouwen in de actoren die in de verschillende ideologieën een centrale rol toebedeeld krijgen, van invloed zijn op de voorkeuren van gebruikers voor verschillende vormen van moderatie van content; hoe misdragingen op het internet worden voorkomen. Het doel van deze thesis is om een antwoord te vinden op de vraag: *Wie van de volgende drie partijen moet volgens gebruikers bij voorkeur de inhoud van platforms modereren? De overheid, de platformbedrijven, of medegebruikers?*

1.2 Maatschappelijke relevantie

De DSA beoogt een 'veiligere digitale ruimte te creëren waar de grondrechten van gebruikers worden beschermd' (European Commission, 2024). Echter bespreekt deze wet slechts een klein aantal moderatiemethoden, in vergelijking met de totale hoeveelheid moderatiemethoden die sociale mediabedrijven tot hun beschikking hebben (Veglis, 2014). Amnesty of de EU pleiten voornamelijk voor het vaststellen van goede uitkomsten, zoals een meer transparant moderatiebeleid, maar besteden geen aandacht aan de specifieke moderatiemethoden die dit zouden kunnen bewerkstelligen. Het vertrouwen in het huidige moderatiebeleid van sociale mediaplatformen is niet hoog: uit een onderzoek van het CATO instituut (2021) blijkt hiernaast dat 75% van Amerikaanse sociale mediagebruikers de moderatie van sociale mediabedrijven als oneerlijk en partijdig beschouwen.

De afwezigheid van voorschriften over specifieke vormen van moderatie in de DSA laat echter een ondemocratische leegte achter die dus hoogstwaarschijnlijk gevuld zal worden door het internetplatform zelf. Dit zal hoogstwaarschijnlijk resulteren in de voortzetting van moderatiebeleid dat niet in het publiek belang ligt. Sociale mediabedrijven functioneren namelijk fundamenteel anders dan democratische staten of andere instituties die zich moeten verantwoorden tegenover de bevolking (Goanta & Ortolani, 2021). Dit resulteert in moderatiebeleid dat tekortschiet in een aantal belangrijke manieren; conflicten tussen gebruikers worden vaak niet op een betekenisvolle manier opgelost, geschilbeslechtsingsprocedures zijn vaak onhelder voor de gebruiker, en moderatiemethoden worden vaak op de gebruiker toegepast zonder deze hiervan te informeren. Daarom richt dit onderzoek zich op het mogelijke verband tussen ideologische overtuigingen en specifieke

moderatiemethoden, zodat deze ondemocratische leegte gevuld worden met geïnformeerd beleid.

1.3 Wetenschappelijke relevantie

Dit onderzoek is voornamelijk geïnspireerd door eerder onderzoek van Mascini & Weber (2024). In dit onderzoek werden de posities van participanten ten aanzien van de *governance* driehoek (Gorwa, 2019) in kaart gebracht om te zien in hoeverre deze de steun verklaren voor de geassocieerde besturingsmethoden van sociale mediaplatforms. Hiernaast werd er ook gekeken naar hoe persoonlijke ervaring met misdragingen op het internet een rol spelen in iemands mening over deze besturingsmethoden.

Dit onderzoek probeert hierop voort te bouwen op drie manieren. Ten eerste worden de posities op de *governance* driehoek verbonden aan specifieke vormen van sociale mediamoderatie. Deze verschillende vormen van sturing hebben namelijk niet alleen consequenties voor het bedrijf zelf, maar ook voor de consument. In dit onderzoek zullen aan de hand van de literatuur de verschillende vormen van moderatiebeleid worden gekoppeld aan de verschillende ideologieën en actoren die een rol spelen in *internet governance*. Ten tweede wordt er in dit onderzoek ook een vierde invalshoek gedefinieerd aan de hand van de theorie van Gorwa (2019), namelijk het multistakeholderisme. Deze vorm van *governance* omvat de samenwerking tussen de drie primaire actoren. De literatuur wijst erop dat *internet governance* zelden wordt uitgevoerd door een enkele actor, omdat er vaak een combinatie van actoren verantwoordelijk zijn voor (moderatie)beleid van sociale mediabedrijven (Griffin, 2023; Gorwa, 2019; Bloch-Wehba, 2021). Respondenten die hoog vertrouwen hebben in alle punten van de *governance* driehoek zouden hierom ook steun kunnen hebben voor moderatiebeleid dat voortvloeit uit de samenwerking van al deze actoren. Ten slotte wordt er ook gecontroleerd voor persoonlijke ervaringen met moderatiemethoden van sociale mediabedrijven.

1.4 Leeswijzer

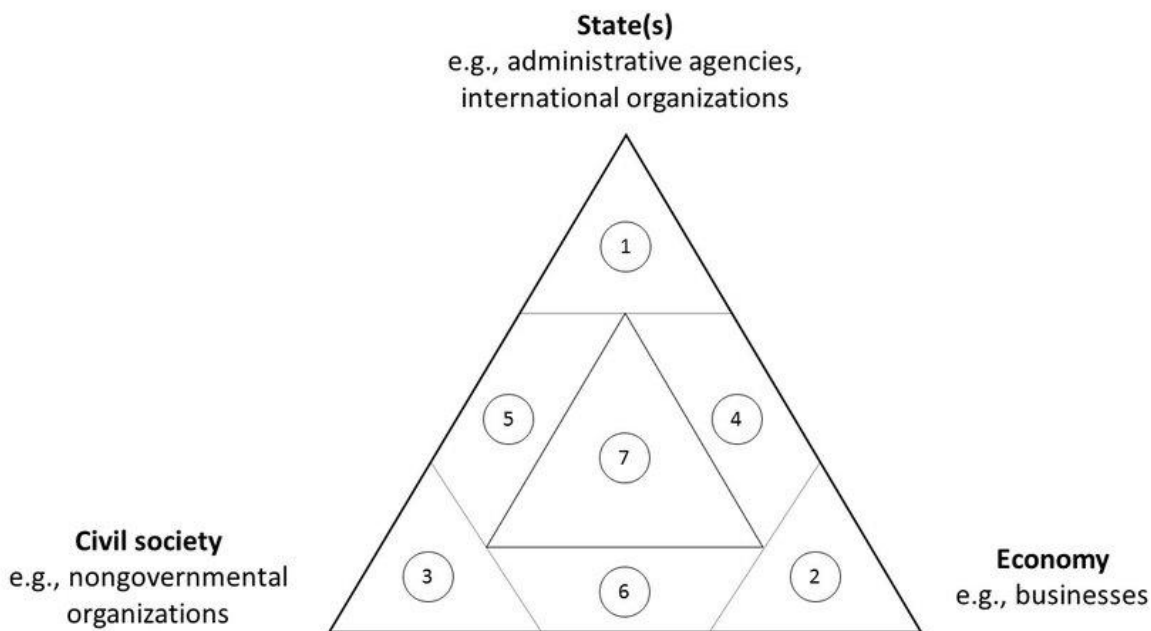
In het theoretisch kader in hoofdstuk 2 wordt ten eerste een gedetailleerde uitleg gegeven over de *governance* driehoek. Hierna wordt deze *governance* driehoek toegepast op internet governance en de daaraan te relateren specifieke ideologieën van het digitaal neoliberalisme,

soevereiniteit, constitutionalisme, en multistakeholderisme. Vervolgens zal er een definitie van sociale mediamoderatie worden gegeven. Met de kennis over de ideologieën en de definitie van moderatie zullen er uiteindelijk toepasselijke vormen van moderatie voor elk van de ideologieën worden benoemd. Vervolgens zal in de methodologie de vorm van het onderzoek worden gespecificeerd en welke questionnairevragen bij welke variabele horen. In de resultaten zullen de variabelen worden gecontroleerd met validiteits- en betrouwbaarheidsanalyses en zullen er correlatie- en regressieanalyses worden uitgevoerd om de hypothesen te testen. Uiteindelijk worden in de conclusie de resultaten bediscussieerd, zullen de beperkingen worden besproken en aanbevelingen voor vervolgonderzoek worden gedaan.

2.0 Theoretisch kader

2.1 De *governance* driehoek

In dit onderzoek staat de *governance* driehoek centraal. Deze is een heuristisch instrument waarin drie assen worden gedefinieerd. Deze assen zijn *State* (1), *Economy* (2) en *Civil society* (3). Die *governance* is daarmee het resultaat van de acties van drie actoren, samen of individueel, oftewel van het handelen van overheidsinstanties (*State*), firma's (*Economy*), het maatschappelijk middenveld (*Civil society*), danwel een combinatie van deze actoren. Deze actoren zullen de onafhankelijke variabelen van dit onderzoek vormen. In het onderzoek van Abbott en Snidal (2009) wordt deze driehoek geconceptualiseerd als een weergave van de verschillende actoren die transnationale regulaties kunnen implementeren. Hierna worden verschillende regulaties geanalyseerd voor hun positie op deze driehoek, waarbij de positie van de regulatie kan worden gedefinieerd aan de hand van de hoeveelheid invloed een actor heeft over deze regulatie. Het onderzoek van Gorwa (2019) past deze driehoek toe op het veld van internet *governance*, waarbij verschillende regulaties die specifiek betrekking hebben op sociale mediaplatforms worden gepositioneerd.



Figuur 1. De governance driehoek (Abbott en Snidal, 2009).

Het is van belang om te begrijpen dat de categorisatie van deze methodes niet precies is, het is immers een heuristisch instrument. Hiernaast is het zelden het geval dat *internet governance* beleid wordt geïmplementeerd door slechts één punt van de driehoek (Gorwa, 2019). In het geval van *internet governance* blijkt het bedrijfsleven (2) veelal de meeste invloed uit te oefenen op het beleid. Gebruik van sociale media vindt voornamelijk plaats op platforms met een winst oogmerk. Bovendien hebben deze platforms veel politieke invloed, macht en kapitaal (Griffin, 2023). Dientengevolge zijn er weinig methoden die puur het gevolg zijn van de staat (1) of het maatschappelijk middenveld (3) (of tussenbeide) vallen.

2.2_De ideologieën van de actoren

De actoren die in de bovenliggende paragraaf worden benoemd zijn gebaseerd op bestaande ideologische voorkeuren. Mascini en Weber (2024) richten zich aan de hand van deze ideologische voorkeuren op de mate van steun voor verschillende mogelijke organisatiestructuren van sociale mediabedrijven. Hierbij wordt steun voor de markt bijvoorbeeld gebruikt als de onafhankelijke variabele van steun voor sociale mediabedrijven die aan de hand van een winst oogmerk opereren.

Aansluitend op het werk van Mascini en Weber (2024) worden in dit onderzoek deze ideologieën in de context van het internet geplaatst, en wordt verkend welke moderatiemethoden hieraan verbonden zijn. Onderzocht wordt of de ideologie die bepalend is voor de voorkeur voor een specifieke actor die machtsbeschikking heeft op het gebied van internet *governance*, ook invloed heeft op de voorkeur van een individu voor moderatiemethoden. Om te beginnen zullen eerst de ideologieën worden benoemd en hoe deze door de geschiedenis heen invloed hebben gehad op het internet.

2.2.1 Digitaal neoliberalisme

De markt stond, sinds de privatisering van het internet in 1995, centraal in *internet governance*. Het doel hiervan was om het internet open te stellen voor individuele bedrijven die – door middel van onderlinge competitie– het internet verder zouden ontwikkelen naar een mondiaal netwerk van dienstverlening (Santaniello, 2021). Dit ging gepaard met het sentiment van die tijd dat invloed van de overheid in strijd stond met de bestaansredenen achter het internet (Golumbia, 2013; Griffin, 2023). Het idee hierachter wordt ook wel digitaal neoliberalisme genoemd.

Volgens deze ideologie worden alle beleidsproblemen die voortkomen vanuit het ongereguleerde, neoliberale internet beschouwd als ‘technologische’ problemen, die dan ook een technologische oplossing moeten hebben. Dit houdt in dat moderatietechnieken in eerste instantie moeten worden ingevoerd om winstmaximalisatie te waarborgen, en niet ten behoeve van het publiek belang (Liu et al., 2021; Gorwa, 2019). De andere ideologieën die worden besproken in dit onderzoek zijn in principe manieren die de macht van dominantie van internetbedrijven proberen in te perken. Vanwege deze dominantie van bedrijven kunnen de andere actoren slechts realistisch een tweezijdige samenwerking voorstellen. De markt en het maatschappelijk middenveld hebben geen mogelijkheid een unilaterale moderatiemethode door te voeren. Digitaal neoliberalisme is een ideologie die juist pleit voor een nadrukkelijker aanwezigheid van de markt ten aanzien van internet *governance*.

2.2.2 Digitale soevereiniteit

Hoewel het standpunt van de staat in 1995 was om het internet zo min mogelijk te reguleren, is deze houding in de afgelopen jaren veranderd; de ideologie van het digitaal neoliberalisme is nu minder allesbepalend (Santaniello, 2021). Hiernaast begon Emmanuel Macron in 2018 het IGF (internet Governance Forum) met een betoog waarin hij pleitte voor meer invloed van de overheid. Het vrijlaten van bedrijven zou tot meerdere bedreigingen voor de nationale veiligheid hebben gezorgd, omdat bedrijven te weinig hadden gedaan tegen onder andere racisme en propaganda van geopolitieke vijanden en terroristische organisaties.

Digitale soevereiniteit beschrijft een ideologie die invloed van de overheid op het internet steunt. In veel opzichten zijn het internet en de staat al vrij verstrengeld, in een manier dat ze moeilijk van elkaar te scheiden zijn (DeNardis, 2010). Echter zijn er wel manieren waarin de overheid invloed op het internet kan uitoefenen. Een voorbeeld hiervan is de *Real Name Verification Law* uit Zuid-Korea, die internetgebruikers dwingt om hun echte naam te gebruiken bij het plaatsen van berichten op internet, met als doeleinde om gedragsnormen te verbeteren (Cho et al., 2012). Deze samenwerking (of coregulering) komt vrij vaak voor, ten behoeve van de uitvoerende macht, omdat er veel informatie over burgers op het internet beschikbaar is. Digitale soevereiniteit is een ideologie die pleit voor een nadrukkelijker aanwezigheid van het de staat in zaken van internet *governance*.

2.2.3 Digitaal constitutionalisme

Naast overheden en het bedrijfsleven hebben ook maatschappelijke organisaties geprobeerd om meer invloed op het internet uit te oefenen. Digitaal constitutionalisme is een ideologie die pleit voor een nadrukkelijker aanwezigheid van het maatschappelijk middenveld. Een recente ontwikkeling hiervan is de opkomst van alternatieve mediaplatforms (Gehl, 2018). Dit zijn platforms, opgericht door academici en actors uit het maatschappelijk middenveld, die opereren zonder winstoogmerk of politieke doeleinden. Deze platforms hebben echter weinig gebruikers en worden bekritiseerd omdat ze niet gebruiksvriendelijk zijn. Een actuele manier waarop digitaal constitutionalisme zich manifesteert is in de vorm van mediacampagnes, maar ook in de acties van bedrijven zelf, als deze moderatiemethoden invoeren die overeenkomen met de waarden die Ngo's bevorderen.

Naast het beïnvloeden van beleid (bijvoorbeeld door middel van campagnes en voorlichting), blijken Ngo's ook effectief te zijn in het bevorderen van democratische waarden op internetplatforms (Gorwa, 2019; Habib & Nithyanand, 2022). Bedrijven hechten mede daardoor in toenemende mate waarde aan de opvattingen van Ngo's, niet noodzakelijkerwijs voor het bevorderen van (korte termijn) winst, maar ook om legitimiteit voor hun *governance* beslissingen te verwerven (Gorwa, 2019).

Digitaal constitutionalisme is een vorm van internet *governance* die zich inzet voor het behoud van rechten en het publiek belang van internetgebruikers (Santaniello, 2021). Dit betekent over het algemeen meer transparantie, democratische normen en bescherming van minderheden op sociale mediaplatforms (Juneja et al., 2020). Een manier waarop digitaal constitutionalisme zich manifesteert is in de vorm van mediacampagnes, maar ook in de acties van bedrijven zelf, als deze moderatiemethoden invoeren die overeenkomen met de waarden die Ngo's bevorderen.

2.2.4 Digitaal multistakeholderisme

Digitaal multistakeholderisme is een ideologie die pleit voor een evenredige samenwerking van alle spelers op het gebied van internet *governance*. Zo vindt jaarlijks het IGF (*internet governance forum*) plaats. Hierin komen actoren (oftewel *stakeholders*) van de driehoek samen om beleidsadvies te delen (IGF, 2024). Deze samenwerking tussen stakeholders heeft als doel elkaars macht in toom houden en de unieke capaciteiten van de verschillende actoren te versterken. (Gorwa, 2019). Zo hebben Ngo's een hoge mate van legitimiteit en onafhankelijkheid, maar niet de macht om moderatiemethoden unilateraal in te voeren. Ditzelfde probleem is aanwezig bij staten, hoewel deze een hoge mate van geldmiddelen, expertise en uitvoeringskracht hebben. De markt heeft de meeste uitvoeringskracht, omdat moderatiemethoden uiteindelijk worden uitgevoerd op hun platform, maar door het winstoogmerk gedragen ze zich niet altijd ten behoeve van het publieke belang. Door deze verschillende actoren bijeen te brengen en daarbij ieder evenveel zeggenschap te geven is er dus een grotere mogelijkheid dat het publiek belang effectief wordt bevorderd. Zo'n absoluut 'multistakeholderisme' is echter niet de manier hoe het internet nu bestuurd wordt, omdat bedrijven in meeste gevallen de meest belangrijke actor zijn (Griffin, 2023).

2.3 Contentmoderatie als *governance*

Dit onderzoek benadert het concept van *governance* vanuit het perspectief van de gebruiker van sociale mediaplatforms. Er wordt hierbij gesteld dat voorgenoemde ideologieën resulteren in een voorkeur voor specifieke moderatiemethoden op sociale media.

In dit onderzoek wordt er een brede definitie van moderatie gehanteerd: *'the governance mechanisms that structure participation in a [online] community to facilitate cooperation and prevent abuse'* (Grimmelmann, 2015). Bij het hanteren van deze definitie helpt het om onderscheid maken tussen moderatie die wordt ingevoerd om het winst oogmerk te beschermen, en moderatie die wordt ingevoerd voor het publiek belang. Hiernaast wordt er in dit onderzoek ook onderscheid gemaakt tussen moderatie mét winst oogmerk, waarbij werknemers of algoritmes van het platform zelf de content modereren, en *non-profit* moderatie, waarbij de onlinegemeenschap zichzelf modereert door middel van vrijwilligers. Hiernaast is er ook moderatie die zich manifesteert als sturing van platforms aan de hand van de voorkeuren van de staat (Bloch-Wehba, 2021). De moderatie vindt plaats op platforms waar User Generated Content (hierna: UGC) wordt geplaatst, deze UGC kan vele vormen aannemen. Deze vormen worden beschreven in een onderzoek van Veglis (2014) en bevat bijvoorbeeld blogs, comments, en multimediamaterialen (zoals foto's, video's etc.).

Ten slotte geeft deze definitie de vrijheid om harde en zachte vormen van moderatie te onderzoeken. Harde moderatie heeft directe invloed op de gebruiker en komt meestal in de vorm van het blokkeren van accounts, zachte moderatie gaat daarentegen over het indirect aansporen van goed gedrag, zoals door mediacampagnes of de dreiging met juridische consequenties. Dit zal een beter beeld geven van de capaciteiten van de verschillende actoren, omdat slechts het bedrijfsleven directe invloed kan hebben op hun gebruikers (Juneja et al., 2020). Hiernaast is dit onderscheid belangrijk omdat de psychologische reactie van gebruikers op harde moderatie anders blijkt te zijn dan de reactie op zachte moderatie.

2.4 De *governance* driehoek van moderatie

Dit onderzoek stelt dat de achterliggende ideologieën van steun voor de staat, de markt of het maatschappelijk middenveld, ook bepalend is voor steun voor specifieke moderatiemethoden.

Steun voor de markt zou bijvoorbeeld gepaard gaan met steun voor moderatiemethoden die volledig voortkomen uit de behoefte voor winstmaximalisatie. In deze paragraaf zullen verschillende moderatiemethoden worden afgeleid uit de voorgenoemde *governance* ideologieën.

2.4.1 Moderatiemethoden van de Markt

De methoden van contentmoderatie die logischerwijs voortkomen uit het digitaal neoliberalisme moeten voldoen aan een aantal kenmerken. Ten eerste worden deze moderatiemethoden uitgevoerd door het bedrijf zelf, om winstmaximalisatie te waarborgen. Ten tweede wordt er geen rekening gehouden met de context waarin individuele gebruikers zich bevinden. Dit betekent dat sommige berichten 'onterecht' gemodereerd kunnen worden terwijl zij geen slechte bedoelingen hadden. Neem als voorbeeld het censureren van termen zoals 'queer' op YouTube omdat dit als haatzaaien wordt gedefinieerd (Register et al., 2024). Ten slotte worden deze moderatiemethoden bepaald door het sociale mediaplatform zelf, geen andere partijen hebben inspraak in het invoeren van deze methode. De volgende moderatiemethoden die zijn gedefinieerd in het onderzoek van Veglis (2014) voldoen aan deze criteria:

- ❖ *User registration*, deze moderatiemethode houdt in dat mensen moeten inloggen voordat zij toegang hebben tot alle UGC op een website. Door het account van een gebruiker te verbinden met hun email-adres heeft platform beter overzicht over hun gebruikers.
- ❖ *Automated moderation*, alle vormen van automatisch modereren. Dit kan bijvoorbeeld het Content ID systeem van Youtube zijn, of woordfilters die door veel websites worden gehanteerd (Ortolani & Goanta, 2021). Deze algoritmen hebben vaak geen oog voor de context waarin berichten geplaatst wat ervoor kan zorgen dat sommige berichten 'onterecht' gecensureerd worden (Register et al., 2024).
- ❖ *Commercial content moderators*, het in dienst nemen van werknemers om content te modereren (Steiger et al., 2021). Het bedrijf neemt deze mensen in dienst om het

niveau van de discussie op een bepaald niveau te houden zodat andere gebruikers niet geneigd zijn het platform te verlaten.

- ❖ *Quarantining*, het platform besluit toegang tot een specifiek deel te limiteren, omdat er een disproportionele hoeveelheid onpure content uit deze gemeenschap voorkomt. Een voorbeeld hiervan was het afsluiten van toegang tot de /r/the_donald gemeenschap. Deze was geassocieerd met de Amerikaanse presidentiële kandidaat Donald Trump, en uit deze gemeenschap bleek veel seksistische en racistische content voor te komen die werd gedeeld naar andere gemeenschappen op het platform (Chandrasekharan et al., 2022).

De voorgaande theorie leidt tot de volgende hypothese:

H1: *Naarmate gebruikers meer vertrouwen hebben in de markt zijn zij grotere voorstanders van moderatiemethoden van de markt.*

2.4.2 Moderatiemethoden van de overheid

De moderatiemethoden die voortkomen uit digitale soevereiniteit voldoen aan een aantal kenmerken. Ten eerste zijn deze methoden gebaseerd op bestaande wetgeving. Ten tweede, behandelen deze methoden elke gebruiker hetzelfde, iedereen wordt gezien als gelijk onder de wet (Griffin, 2023). Ten derde, straffen vinden voornamelijk plaats buiten het platform om. Het idee hierachter is dat door deze hogere mate van dreiging potentiële daders minder geneigd zijn om online misdrijven te begaan. Ten slotte, de straf die wordt geassocieerd met deze besturingsmethode wordt bekrachtigd door de wet, denk aan gevangenisstraffen of boetes. De volgende praktische moderatiemethoden zijn met deze ideologie geassocieerd, deze zijn getypeerd in een onderzoek van Bloch-Wehba (2021):

- ❖ *Boetes of straffen*, dit duidt op het invoeren van straffen voor bedrijven die illegale UGC, zoals terroristische propaganda, op hun platform toelaten. Dit hoeft niet altijd direct aangespoord te worden door de overheid, in sommige gevallen verwijderen platforms content al voordat de overheid hierover aanvraag doet.

- ❖ *Compelled disclosure* (gedwongen onthulling van gebruikersdata), de overheid dwingt bedrijven om data van gebruikers met hen te delen. Dit maakt het makkelijker voor bedrijven om toegang te krijgen tot de privégegevens van sociale mediagebruikers.
- ❖ *Open Source Investigations*, de politie kan platforms zoals twitter gebruiken om criminelen op te pakken via de openbare gegevens die beschikbaar zijn op deze websites. Hoewel moderatie niet het doeleinde hiervan is, blijkt dit nog steeds tot een daling te leiden van het plaatsen van illegale content. Vanwege de coregulering die vaak plaatsvindt tussen platforms en de overheid leidt dit ertoe dat illegale content vaak strenger wordt gemodereerd. Dit heeft wel als mogelijk bijeffect dat de politie minder bewijs heeft om criminelen te vervolgen Bloch-Wehba (2021).
- ❖ *Real name verification*, de staat kan gebruikers verplichten om hun echte naam te gebruiken op het internet, voordat zij zijn toegestaan iets te plaatsen op websites met meer dan 100.000 gebruikers (Cho et al., 2012).

De voorgaande theorie leidt tot de volgende hypothese:

H2: *Naarmate gebruikers meer vertrouwen hebben in de overheid zijn zij grotere voorstanders van moderatiemethoden van de overheid.*

2.4.2 Moderatiemethoden van het maatschappelijk middenveld

De moderatiemethoden die geassocieerd worden met het maatschappelijk middenveld (Ngo's) hebben een aantal unieke kenmerken. Ten eerste zijn deze methoden gebaseerd op het behouden van individuele rechten zoals democratie, transparantie en het beschermen van minderheden. Ten tweede zijn de methoden gericht op het verminderen van de macht van de markt. Ten slotte zijn de handhavingsmechanismen niet dwingend, dus geen boetes of straffen, dit valt immers buiten de macht van Ngo's. De volgende moderatiemethoden die zijn gedefinieerd in het onderzoek van Veglis (2014) voldoen aan deze criteria:

- ❖ *User moderation*, elke gebruiker mag elke andere gebruiker modereren. Dit werkt in websites met veel participatie. Legitieme moderators worden volgens een puntensysteem gekozen. Dit wordt ook wel *user recognition* genoemd (Zhang et al.,

2022). ‘Betrouwbare’ gebruikers worden door andere mede-gebruikers gelegitimeerd om het platform te modereren. Dit is een democratische manier om content-moderatie uit te voeren.

- ❖ *Spontaneous moderation*, hierbij is geen officieel moderatieschema. Gebruikers kunnen op elk gewenst moment hun medegebruiker modereren door comments onder elkaars UGC te plaatsen. Dit is een soort moderatie door middel van debat. Een voorbeeld hiervan zijn de *Twitter Community Notes* (Morrow et al., 2022).
- ❖ *Meta moderation*, gebruikers kunnen hierbij stemmen op hoe legitiem de berichten van andere gebruikers zijn aan de hand van een puntensysteem.
- ❖ *Mediacampagnes*, Ngo’s en andere organisaties kunnen druk uitoefenen op bedrijven om hun beleid te veranderen. Een voorbeeld hiervan was de mediacampagne om de subreddit */r/The_Donald* af te sluiten vanwege de aanstootgevende UGC die op deze pagina werd geplaatst (Habib & Nithyanand, 2022). Deze campagne was effectief in het veranderen van het beleid van Reddit, maar zorgde niet voor een verandering in gedrag van gebruikers.

De voorgaande theorie leidt tot de volgende hypothese:

H3: *Naarmate gebruikers meer vertrouwen hebben in het maatschappelijk middenveld zijn zij grotere voorstanders van moderatiemethoden van het maatschappelijk middenveld.*

2.4.3 Moderatiemethoden van multistakeholderisme

De moderatiemethoden die geassocieerd worden met het multistakeholderisme eisen een samenwerking tussen meerdere actoren die deel uitmaken van de *governance* driehoek. De nadruk op naleving van regels in deze ideologie is hoog, evenals de mate van inspraak van andere partijen (Santaniello, 2021). De volgende moderatiemethoden zijn geïnspireerd door een onderzoek van Griffin (2023):

- ❖ *Santa Clara Principles*, dit is een gedragscode voor alle internetgebruikers. Dit initiatief is opgezet door de universiteit van Zuid-Californië en de Electronic Frontier Foundation. Deze code kan gezien worden als een ‘grondwet’ met een paar minimale vereisten voor

bedrijven die internetplatformen behoren te volgen, zoals meer transparantie in de algoritmen die zij gebruiken.

- ❖ *Mediapluralisme*, gebruikers blootstellen aan diverse meningen als zij de sociale mediawebsite betreden. Dit kan betekenen dat lokale media en non-profit nieuwsberichten worden benadrukt, of simpelweg gebruikers die een andere mening hebben. De toename van meer verschillende stakeholders op het sociale mediaplatform zou zorgen voor een klimaat waar geen enkele actor de absolute overmacht heeft. Dit betekent ook dat gebruikers van verschillende levensovertuigingen met elkaar in contact gebracht worden, die normaal niet in contact komen.
- ❖ *Restorative justice*, uit een onderzoek van Xiao et al. (2023) wordt een moderatiemethode voorgesteld die gericht is op het ongedaan maken van de schade die het slachtoffer wordt aangedaan, in plaats van de traditionele moderatiemethodes die slechts de dader straffen. Dit wordt gedaan door de dader in contact te brengen met het slachtoffer, zodat deze de schade op een interpersoonlijke manier teniet kan doen. Dit wordt gedaan met steun van de hele gemeenschap. Deze aanpak houdt rekening met de rechten van het slachtoffer, wordt gemedieerd door het platform zelf en zou effectief kunnen worden bekrachtigd door de staat.

De voorgaande theorie leidt tot de volgende hypothese:

H4: *Naarmate gebruikers meer vertrouwen hebben in alle actoren zijn zij grotere voorstanders van moderatiemethoden van die ontstaan uit de samenwerking van deze actoren.*

2.5 Controlevariabelen

2.5.1 Negatieve online-ervaringen

Uit een onderzoek van Renaud, Van Der Schyff en Macdonald (2023) blijkt dat de meningen van participanten over overheidsingrijpen op het internet voor een groot deel kan worden beïnvloed door hun eigen ervaringen met internetgebruik. Als iemand met online intimidatie heeft meegemaakt, dan zal de kans groter zijn dat hij of zij grotere steun zal hebben voor

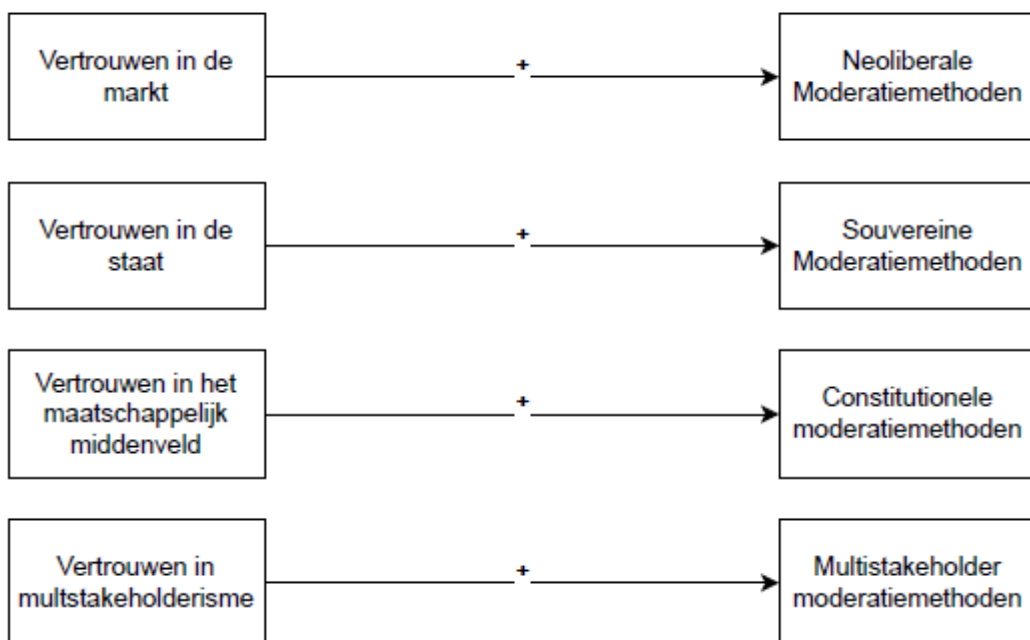
staatsingrepen op het internet. Hiernaast is het aannemelijk dat dezelfde mensen ook minder steun zouden hebben voor internet *governance* die afkomstig is uit de markt, omdat zij het platform zelf deels verantwoordelijk houden voor de intimidatie die zij hierop hebben geleden.

2.5.2 Ervaringen met *hard moderation*

Uit een onderzoek van Zhang et al. (2022) blijkt dat mensen die in direct contact komen met moderatiemethoden een negatieve reactie hebben tegenover het platform. Deze negatieve reactie wordt ook wel *reactance* genoemd. Dit is een negatieve psychologische reactie dat gevolg is van een vernomen verlies van vrijheid. Volgens het onderzoek van Zhang et al. (2022) ervaren gebruikers deze reactie als zij, of iemand in hun omgeving, worden verbannen van een sociale mediaplatform. Dit gaat slechts over verbanningen, niet over zachte moderatie. De aanname is dat als iemand persoonlijke ervaring heeft met harde moderatie, dit leidt tot een negatieve mening tegenover het sociale mediabedrijf dat hiervoor verantwoordelijk is. Het blijkt echter dat als geblokte gebruikers bekend waren met de regels, en als deze in hun ervaring duidelijk waren weergegeven, dat dit gevoelens van *reactance* vermindert (Jhaver et al., 2019).

2.6 Conceptueel model

De theorie over internet governance informeert het conceptuele model dat hieronder te zien is.



Figuur 2. Conceptueel model.

3.0 Methodologie

3.1 Onderzoeksontwerp

In deze methodologie is geprobeerd om de meningen van gebruikers over de moderatiemethoden vast te stellen aan de hand van hun meningen over de actoren op de *governance* driehoek. Hiervoor is gebruik gemaakt van een survey. Er is geen onderzoek gedaan naar het gedrag, maar naar de oriëntatie van respondenten. Derhalve is directe observatie niet benodigd en is een vragenlijst beter geschikt (Segers, 1999). Dit wordt gedaan omdat dit onderzoek meningen over vijftien specifieke moderatiemethoden wil onderzoeken, verdeeld over vier verschillende ideologieën. Omdat een aantal van deze moderatiemethoden niet noodzakelijk aansluiten op de bestaande leefwereld van de respondenten, bijvoorbeeld omdat deze (nog) niet bestaan of slechts op specifieke onbekende website worden gehanteerd, is niet gekozen voor vignettenmethode, gelet op de tekortkomingen van dit type experimenteel sociaal onderzoek (Barter & Renold, 1999). Hiertoe probeert dit onderzoek de moderatiemethoden zo transparant mogelijk aan de respondenten over te brengen aan de hand van duidelijke stellingen. Ook is er gekozen voor een cross-sectioneel, kwantitatief onderzoek. Dit onderzoek is immers op zoek naar de huidige posities van mensen ten opzichte van sociale mediamoderatie, en is niet op zoek naar veranderingen hiervan door de tijd heen.

3.2 Dataverzameling

Zoals in de vorige paragraaf is benoemd, is het onderzoek uitgevoerd aan de hand van een kwantitatieve questionnaire. Deze dataverzameling is gedaan aan met de website *Prolific*. Hierin kan de onderzoeker bepalen wat de samenstelling van steekproef is. Hierbij zijn de volgende voorwaarden gehanteerd: de respondent komt uit Nederland, heeft ervaring met het gebruik van sociale media, en is tussen de 18 en 40 jaar oud. Deze parameters zijn gekozen omdat dit onderzoek zich richt op mensen die het meest bekend zijn met sociale media, zodat zij de vragen goed kunnen begrijpen en hierover wellicht al een bestaande mening hebben. De doelgroep tussen de 18 en de 40 is namelijk het meest actief op sociale media (Coosto, 2024). Met behulp van *Prolific* kan tegen betaling een enquête worden afgenomen. In dit onderzoek is er gekozen voor 206 respondenten, en voor een vragenlijst met 72 vragen. De survey duurde gemiddeld 9:43 minuten om af te maken. De gemiddelde participant werd €3,03 betaald per survey, oftewel in totaal €624,-. De data zijn opgeslagen op SURFdrive. De data worden

verwijderd nadat het onderzoek is geaccepteerd en met een voldoende is beoordeeld. De data zijn verwerkt in SPSS.

3.3 Operationalisering

De meningen van de participanten over de moderatiemethoden zijn onderzocht aan de hand van stellingen. Deze stellingen zijn gebaseerd op de eerder beschreven theorie waaruit meerdere moderatiemethoden zijn geëxtrapoleerd, die karakteristiek zijn voor de verschillende ideologieën. Aangezien er geen bestaand onderzoek is voor de validiteit van de schalen die gebruikt zijn, vormt dit een risico. Om hiervoor te compenseren zijn tenminste 7 vragen per schaal gebruikt, zodat alle latente dimensies van de schaal kunnen worden gemeten.

3.3.1 Vragen over Neoliberale moderatiemethoden

Met behulp van stellingen wordt de mening van de respondent over verschillende vormen van moderatie bevraagd. De vragen zijn gebaseerd op de moderatiemethoden die in het theoretisch kader zijn benoemd.

User registration gaat over de vraag of platforms hun gebruikers moeten kunnen registreren aan de hand van een account. Dit zorgt ervoor dat platforms deze accounts ook van hun website kunnen verwijderen. Dit wordt gemeten aan de hand van de volgende stellingen – Platforms moeten de mogelijkheid hebben om elk bericht dat een gebruiker plaatst te kunnen herleiden naar hun e-mailadres (1). Platforms moeten gebruikers kunnen blokkeren als zij gedrag vertonen dat nadelig is voor hun winstomzet. (2).

Automated moderation gaat over de vraag of bedrijven de unilaterale macht moeten hebben om gebruikers te verbannen aan de hand van algoritmes, zonder hen daar noodzakelijkerwijs van te informeren. Dit wordt gemeten aan de hand van de volgende stellingen – Platforms zijn te gesloten over hun aanpak van wantoestanden (R) (3). Platforms moeten gebruikers die uitgelekte naaktfoto's van een Bekende Nederlander verspreiden automatisch kunnen blokkeren (4). Platforms moeten gebruikers kunnen verbannen zonder hen daarvan op de hoogte te stellen (5).

Commercial content moderators gaat over het gebruik van betaalde contentmoderators van grote platforms. Dit wordt gemeten door de stellingen – Werknemers van Meta moeten ongepaste berichten kunnen verwijderen op basis van hun eigen oordeel. (7).

Quarantining gaat over de vraag of delen van websites kunnen worden afgesloten door platforms als hier te veel ‘ongure’ content op wordt geplaatst. Dit wordt gemeten aan de hand van de volgende stellingen – Forums waarop foto’s van gemartelde dieren staan moeten in de zoekresultaten kunnen worden onderdrukt, zonder dat de gebruiker hiervan wordt geïnformeerd. (8)

3.3.2 Vragen over soevereine moderatiemethoden

Boetes of straffen gaat over de vraag of overheden platforms moeten kunnen straffen of beboeten als deze illegale content hosten of zich begeven in oneerlijke praktijken tegenover hun gebruikers. Dit wordt gemeten met de volgende stellingen – Wetgeving voor schadevergoedingen voor slachtoffers van misbruik van sociale media moet worden versoepeld. (1) De overheid moet meer te zeggen krijgen over websites die kinderporno hosten. (2) De wettelijke verplichting voor platforms om gebruikers een reden te geven wanneer ze worden geblokkeerd is goed. (9)

Compelled disclosure gaat over de vraag of overheden bedrijven moeten kunnen verplichten om privégegevens te delen. Dit wordt gemeten met de stellingen - De overheid moet platforms kunnen verplichten om privégegevens door te geven aan de politie voor opsporing. (3)

Open Source Investigations gaat over de vraag of politie gebruik zou moeten kunnen maken van sociale media in de opsporing van criminelen. Dit wordt gemeten met de stellingen – De politie moet toestemming krijgen om groepschats te infiltreren die verdacht worden van het verkopen van illegaal vuurwerk aan kinderen. (5) De politie moet ervoor kunnen zorgen dat wat offline verboden is ook online niet is toegestaan. (6) De politie moet sociale media kunnen verplichten om opsporingsverzoeken te plaatsen. (7)

Real name verification gaat over de vraag of gebruikers wettelijk verplicht horen te zijn hun echte naam en identiteit behoren te gebruiken als zij een platform willen gebruiken. Dit wordt gemeten door de stellingen - De overheid moet platforms kunnen verplichten om een

leeftijdsgrens te hanteren voor minderjarige gebruikers. (4) De overheid moet iedereen die een account wil openen op sociale media kunnen verplichten om zichzelf te identificeren met hun echte naam en foto. (8)

3.3.3 Vragen over constitutionele moderatiemethoden

User moderation gaat over de vraag of gebruikers elkaar behoren te modereren. Dit wordt gemeten door de stellingen – Gebruikers moeten een contentmoderator uit hun midden kunnen kiezen. (1) Het moet mogelijk zijn voor gebruikers om te stemmen welke content moet worden toegelaten op de pagina's die zij geregeld bezoeken. (2)

Spontaneous moderation gaat over de vraag of het gebruik van discussie en debat in plaats van verbanningen een betere manier zou zijn om sociale media te modereren. Dit wordt gemeten door de stellingen – Als je mensen de ruimte geeft om vrij te discussiëren op sociale media, is ingrijpen in wat ze plaatsen overbodig. (3) Een inhoudelijke discussie tussen gebruikers is de beste manier om omgangsvormen op sociale media in goede banen te leiden. (4)

Meta moderation gaat over de vraag of gebruikers zouden moeten kunnen stemmen welke berichten geschikt zijn voor sociale mediaplatforms. Dit wordt gemeten door de stellingen – Het gebruik van likes en dislikes is een goede manier om omgangsvormen op sociale media te sturen. (5) Berichten zouden automatisch moeten worden verwijderd als deze een bepaald aantal dislikes van medegebruikers heeft ontvangen. (6)

Mediacampagnes gaat over het gebruik van bewustmakingscampagnes om gedrag norms op sociale media te verbeteren. Dit wordt gemeten door de stellingen – Mensen moeten elkaar meer bewust maken van het belang van goede omgangsvormen op sociale media. (7) Ouders moeten meer verantwoordelijkheid nemen om hun kinderen goede omgangsvormen op sociale media bij te brengen. (8)

3.3.4 Vragen over multistakeholderisme moderatiemethoden

Santa Clara Principles gaat over het gebruik van een gedragscode die internetgebruikers zou moeten beschermen. In deze gedragscode worden meerdere standpunten vermeld, deze gaan over het informeren van gebruikers waarom zij worden verbannen en over het betrekken van andere organisaties in sociale mediamoderatie. Dit wordt gemeten door de stellingen –

Overheden en maatschappelijke organisaties moeten intensiever worden betrokken bij grote beslissingen over sociale mediamoderatie. (1) De beslissing om Donald Trump van Twitter verbannen had niet aan het platform zelf overgelaten moeten worden. (2) Een gedragscode voor online interacties, opgesteld in samenwerking tussen platforms, overheden en burgergroeperingen, bevordert een veilige en respectvolle online omgeving. (3)

Mediapluralisme gaat over het bevorderen van een meer diverse discussie op sociale media, dit betekent dat geen enkele bron van nieuws de grootste wordt. Dit wordt gemeten door de stellingen – Er moet meer gebeuren om te voorkomen dat sociale mediaplatforms gebruikers alleen voeden met berichten die aansluiten bij hun wensen en voorkeuren. (4) Het zou verboden moeten zijn dat gebruikers selectief advertenties ontvangen van de politieke partijen waar hun voorkeur naar uitgaat. (5)

Restorative justice wordt gemeten door de stellingen Overheden en maatschappelijke organisaties moeten worden betrokken bij het rechtzetten van misstanden op sociale media. (6) Het zou goed zijn als daders en slachtoffers van online pesten onder begeleiding en in het bijzijn van andere gebruikers kunnen werken aan het herstel van hun geschonden relatie. (7)

3.3.5 Vragen over vertrouwen in de *governance* driehoek

De vragen die betrekking hebben op de *governance* driehoek hebben geen relatie met de meningen van de participanten op het gebied van internet *governance* ideologieën. De bedoeling hierachter is om de ideologische posities van de participanten te verbinden met hun mening over de praktische implicaties van de moderatiemethoden die verbonden zijn met de verschillende actoren op de *governance* driehoek.

Het vertrouwen in de markt wordt gemeten aan de hand van de stellingen ‘De vooruitgang is het beste gediend als men de markt zo veel mogelijk hun gang laat gaan’ ‘Veel problemen van vandaag zullen uiteindelijk door de markt worden opgelost’ en ‘Over het algemeen doet de markt meer goed dan kwaad’ deze komen uit het onderzoek van Becker en van Rooijen (2001). De stellingen ‘We hebben grote inkomensverschillen nodig om mensen aan te zetten tot het leveren van grote individuele inspanningen’, ‘Grote inkomensverschillen zijn oneerlijk omdat iedereen uiteindelijk gelijk is’, ‘Bedrijven moeten worden verplicht om hun werknemers in de

winst te laten delen’, ‘Concurrentie moedigt mensen aan om hard te werken en nieuwe ideeën te ontwikkelen’ en ‘Concurrentie haalt het slechtste in mensen naar boven’ komen uit een onderzoek van Van Bohemen et al. (2018).

Het vertrouwen in de staat van de respondent wordt gemeten aan de hand van de stellingen ‘Rechtbanken zijn belangrijk om ervoor te zorgen dat je je rechten krijgt’, ‘Bij de rechter krijgt iedereen een eerlijke behandeling’, ‘Rechters zijn eerlijk en betrouwbaar’, ‘Als je naar de rechter gaat wordt het probleem waarom het gaat opgelost’, ‘Het rechtssysteem werkt voor iedereen gelijk (rijk of arm)’ deze komen uit het onderzoek van Van Hoboken et al. (2020).

Het vertrouwen in het maatschappelijk middenveld wordt gemeten aan de hand van de stellingen ‘Alleen als mensen bewust nadenken over hun koopgedrag zullen bedrijven maatschappelijk verantwoord ondernemen (rekening houden met mens, milieu en maatschappij)’, ‘Burgers die uit eigen beweging speeltuinen beheren, voor kinderopvang zorgen en de veiligheid in de buurt bewaken, leveren een zeer belangrijke bijdrage aan de samenleving’, ‘Afspraken tussen overheid, bedrijfsleven en maatschappelijke organisaties zijn onmisbaar voor de aanpak van roken en overgewicht’, ‘Het moet makkelijker worden voor burgers om gezamenlijk energie op te wekken’, ‘Burgers moeten betere mogelijkheden krijgen om rechtstreeks invloed uit te oefenen op de aanpak van problemen die hen persoonlijk raken’, ‘Hoeveel vrijwilligers een bevolking heeft (in verhouding tot het aantal inwoners) zegt veel over hoe gezond een samenleving is’ komen uit het onderzoek van Mascini en Weber (2024). Ten slotte is de stelling ‘Vakbonden spelen een cruciale maatschappelijke rol’ bedacht door de onderzoeker om deze schaal meer valide te maken. De survey zal eindigen met het vragen naar de leeftijd, gender, en sociaaleconomische positie van de respondent.

3.3.3 Vragen over online ervaringen

De vragenlijst begint met 7 vragen over in hoeverre de respondent negatieve ervaringen op het internet heeft meegemaakt (Netwerk Mediawijsheid, 2021). Hiernaast wordt er gevraagd of de respondent ooit van een sociale media platform is verbannen. Indien dit het geval is, wordt gevraagd in hoeverre de respondent van mening is dat deze verbanning terecht is. Deze vragen zijn ontleend aan het onderzoek van Jhaver et al. (2019).

3.4 Privacy en ethiek

Voordat de respondenten de survey kunnen invullen krijgen zij een *informed consent*-formulier, hierin wordt onder andere duidelijk gemaakt dat de gegevens van de participant anoniem zullen blijven, dat deze kan stoppen met de vragenlijst wanneer diegene dat wil etc. Dit formulier staat in zijn volledigheid in de bijlage. De data van de respondenten zal worden bewaard op de SURFdrive, om het risico op een datalek te minimaliseren. Ten slotte zal de data zal geanonimiseerd en geaggregeerd worden gerapporteerd.

4.0 Resultaten

4.1 Beschrijvende statistieken

4.1.1 Demografische karakteristieken

Van de 206 respondenten die de survey hebben uitgevoerd, vallen er 3 boven de leeftijdsgrens van 40 (voor 1983 geboren). Hierdoor blijven er 203 respondenten over. De gemiddelde participant is 28 jaar oud en relatief hoog opgeleid vergeleken met de totale Nederlandse bevolking. In Nederland heeft 58% van de bevolking een Hbo-diploma of hoger (CBS, 2018), in deze steekproef is dat 71.2%. Hiernaast zijn mannen oververtegenwoordigd (57.6%, versus de Nederlandse bevolking waarvan 49.7% man is) (CBS, 2018). Hiernaast gebruikt 98.5% van de respondenten sociale media platformen, ten opzichte van 87% van de Nederlandse bevolking (Akkermans et al., 2023).

Tabel 1
Demografieën van de steekproef

Demografische Karakteristieken	Aantallen	
	<i>n</i>	%
Geslacht		
Man	117	57.6
Vrouw	83	40.9
Non-binair/derde geslacht	3	1.5
Totaal	203	100.0
Opleidingsniveau^a		
Basisonderwijs	1	.5
Lbo/Vmbo	4	2.0
Havo	14	6.9
Vwo	21	10.3
Mbo	18	8.9
Hbo	63	31.0
Wo	82	40.2
Totaal	203	100.0
Sociale mediagebruiker^b		
Ja	200	98.5
Nee	2	1.0
Missing	1	0.5
Totaal	203	100.0

Noot. $N = 203$. Participanten waren gemiddeld 28 jaar oud ($SD = 5.6$).

^a Het antwoord van de participanten op de vraag: 'Wat is je hoogst behaalde diploma?'.

^b Het antwoord van de participanten op de vraag: 'Heb je in het afgelopen jaar gebruik gemaakt van sociale media platforms als Facebook, X, Whatsapp, Snapchat, of Tiktok?'.

4.1.2 Afhankelijke variabelen

Voordat de correlatie- en regressieanalyses zijn uitgevoerd, zijn de afhankelijke variabelen gemeten voor betrouwbaarheid en validiteit. Omdat deze sommige van deze schalen niet gevalideerd zijn door ander onderzoek, moeten er eerst factoranalyses en Cronbach's Alpha-analyses worden uitgevoerd op deze schalen. Hierdoor kan worden gedetermineerd of de items deel uitmaken van hetzelfde concept en of deze betrouwbaar zijn ingevuld. De factoranalyses zijn niet geroteerd, om te komen tot een brede definitie van Digitaal Neoliberalisme/Soevereiniteit etc., namelijk de steun voor het sterker optreden van de respectievelijk actor op het gebied van sociale media moderatie. Hiermee wordt voorkomen dat de latente concepten van de verschillende dimensies te sterk op verschillende factoren worden geladen. Daarmee zouden aan de schaal uiteindelijk kritieke elementen ontbreken die inzicht zouden bieden op de meningsvorming van de participanten over internet *governance*.

Uit deze analyses is gebleken dat stelling 3 geen onderdeel vormt van het concept Digitaal Neoliberalisme. De stelling: 'Platforms zijn te gesloten over hun aanpak van wantoestanden' blijkt niet te corresponderen met de andere stellingen. Dit kan wellicht verklaard worden aan de hand van het antwoordpercentage op deze vraag, waaruit bleek dat 81.7% van de respondenten het hier mee eens of zeer mee eens was. Oftewel, respondenten die bereid zijn meer macht te geven aan het bedrijfsleven op het gebied van sociale mediamoderatie, willen niet per definitie dat deze bedrijven zonder transparantie hun gang kunnen gaan. Na het verwijderen van deze vraag is de waarde van Cronbachs Alpha $\alpha = 0.630$.

Hiernaast blijken ook stellingen 1 en 9 geen onderdeel te zijn van het concept Digitale Soevereiniteit. Deze stellingen: 'Wetgeving voor schadevergoedingen voor slachtoffers van misbruik van sociale media moet worden versoepeld' en 'De wettelijke verplichting voor platforms om gebruikers een reden te geven wanneer ze worden geblokkeerd is goed' blijken niet te corresponderen met de andere stellingen. Met betrekking tot de eerste stelling kan dit wellicht verklaard worden aan de hand van het antwoordenpercentage op deze vraag. Hieruit blijkt dat 36 respondenten "Weet niet/Geen mening" hebben ingevoerd, wellicht omdat dit is gebaseerd op een vorm van wetgeving waar mensen nog niet mee bekend zijn. Hiernaast is de verdeling van vraag 9 schuin, met 80% van de respondenten die het hiermee eens zijn. Dit kan

verklaard worden aan de hand van de verwoording van deze vraag: als deze controversiëler zou zijn verwoord dan had er mogelijk meer variantie in de antwoorden kunnen zijn.

Na het verwijderen van deze vragen is de waarde van Cronbachs Alpha $\alpha = 0.746$.

Vervolgens blijken ook stellingen 7 en 8 geen onderdeel te zijn van het concept Digitaal Constitutionalisme. Deze stellingen: 'Mensen moeten elkaar meer bewust maken van het belang van goede omgangsvormen op sociale media' en 'Ouders moeten meer verantwoordelijkheid nemen om hun kinderen goede omgangsvormen op sociale media bij te brengen' blijken niet te corresponderen met de andere stellingen. Uit de PCA-analyse blijkt dat deze stellingen niet dezelfde factorladingen hebben als de rest van de vragen. Dit betekent dat deze stellingen waarschijnlijk een andere dimensie meten. In dit geval hebben beide stellingen wellicht meer betrekking op bewustwordingscampagnes dan op de macht van het maatschappelijk middenveld op sociale media.

Na het verwijderen van deze vragen is de waarde van Cronbachs Alpha $\alpha = 0.598$.

Ten slotte blijken stellingen 2 en 7 geen onderdeel te vormen van het concept van Digitaal Multistakeholderisme. Deze stellingen: 'De beslissing om Donald Trump van Twitter verbannen had niet aan het platform zelf overgelaten moeten worden' en 'Het zou goed zijn als daders en slachtoffers van online pesten onder begeleiding en in het bijzijn van andere gebruikers kunnen werken aan het herstel van hun geschonden relatie' blijken niet te corresponderen met de andere vragen. Ten aanzien van stelling 2 kan dit verklaard worden aan de hand van de PCA analyse, waaruit blijkt dat deze stelling een factorlading heeft onder de 0.350, wat in dit onderzoek als minimum wordt gehanteerd. Dit kan verklaard worden door het feit dat de controversiële politicus Donald Trump wordt benoemd in de vraag, die reacties op kan roepen die niet noodzakelijk met sociale mediamoderatie te maken hebben. Hiernaast blijkt bij stelling 7 dat er 36 respondenten waren die "Weet niet/Geen mening" hadden ingevuld. Dit kan verklaard worden aan de hand van de verwoording van de vraag. Deze heeft betrekking op een academisch concept dat wellicht niet duidelijk is voor een groot aantal van de respondenten.

Na het verwijderen van deze vragen is de waarde van Cronbachs Alpha $\alpha = 0.610$.

Uit de beschrijvende statistieken blijken Soevereine moderatiemethoden over het algemeen het meest populair te zijn, met een gemiddelde van 3.714 (SD = 0.746), gevolgd door

Multistakeholder moderatiemethoden met een gemiddelde van 3.699 (SD = 0.610). Neoliberale (M = 3.311 en SD = 0.711) en Constitutionele moderatiemethoden (M = 2.801 en SD = 0.598) zijn het minst populair. De schalen Digitaal Neoliberalisme en Digitale Soevereiniteit vereisen dat er minimaal 5 stellingen worden beantwoord om mee te tellen. Voor de schaal Digitaal Constitutionalisme moeten minimaal 4 stellingen worden beantwoord, en voor de schaal Digitaal Multistakeholderisme geldt een minimum van 3 stellingen.

Tabel 2
Beschrijvende statistieken voor afhankelijke variabelen

Schaal	<i>n</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>Cronbachs α</i>
1. Neoliberalisme	204	3.311	0.711	0.630
2. Soevereiniteit	203	3.714	0.718	0.746
3. Constitutionalisme	203	2.801	0.631	0.598
4. Multistakeholderisme	199	3.699	0.648	0.610

Noot. *N* = 204.

4.1.3 beschrijvende statistieken onafhankelijke variabelen

Voordat de correlatie en regressieanalyses zijn uitgevoerd, zijn ook de onafhankelijke variabelen gemeten voor betrouwbaarheid en validiteit. Hoewel deze schalen wel gebruikt zijn in vorig onderzoek, is besloten om desondanks een PCA-analyse uit te voeren op de schalen om te zien of deze op dezelfde factor vallen. Dit is het geval voor alle vragen behalve stelling 2 van de schaal Vertrouwen in het maatschappelijk middenveld. Deze heeft een factorlading onder de 0.350, dat in dit onderzoek als minimum wordt gehanteerd. De stelling: ‘Burgers die uit eigen beweging speeltuinen beheren, voor kinderopvang zorgen en de veiligheid in de buurt bewaken, leveren een zeer belangrijke bijdrage aan de samenleving.’ is wellicht niet controversieel genoeg verwoord, nu meer dan 93% van de respondenten het hiermee eens of zeer mee eens is. Hierom is deze uit de vragenlijst verwijderd. Na het verwijderen van deze vraag is de waarde van Cronbachs Alpha $\alpha = 0.641$.

Met betrekking tot de beschrijvende statistieken blijken respondenten het hoogste gehalte van vertrouwen te hebben in het maatschappelijk middenveld, gemiddeld 3.951 (SD = 0.453). Hierna volgt vertrouwen in de markt met gemiddeld 2.844 (SD = 0.699). De respondenten hebben het laagste gehalte van vertrouwen in de overheid, gemiddeld 2.824 (SD = 0.661). De

schaal die negatieve online-ervaringen meet is een dummyvariabele: deze codeert 1 als iemand ooit met een van de verschillende manieren van intimidatie die in de schaal zijn benoemd te maken heeft gehad. Hieruit blijkt dat mensen gemiddeld wel te maken krijgen met negatieve online-ervaringen, gemiddeld 0.590 (SD = 0.325). Ook blijkt uit de data dat slechts 11 mensen in de steekproef te maken hebben gehad met harde moderatie, en dat de gemiddelde score op deze dummyvariabele 0.038 (SD = 0.192) bedraagt. De schalen Vertrouwen in de markt, Vertrouwen in het maatschappelijk Middenveld en Negatieve online-ervaringen vereisen dat er minimaal 6 stellingen worden beantwoord om mee te tellen. Voor de schaal vertrouwen in de overheid moeten minimaal 5 stellingen worden beantwoord.

Tabel 3

Beschrijvende statistieken voor onafhankelijke variabelen

Variabelen	<i>n</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>Cronbach's α</i>
1. Vertrouwen in de markt	205	2.844	0.699	0.838
2. Vertrouwen in de overheid	205	2.824	0.661	0.811
3. Vertrouwen in het maatschappelijk middenveld	199	3.951	0.453	0.641
4. Vertrouwen in het multistakeholderisme ^a	204	0.137	0.345	
5. Schaal_ervaringen	204	0.590	0.325	0.864
6. Reactance ^b	205	0.038	0.192	-

Noot. *N* = 199.

^a Deze variabele is een dummyvariabele opgesteld uit de variabelen: Vertrouwen in de markt, Vertrouwen in de overheid, en Vertrouwen in het maatschappelijk middenveld. Er wordt geen Cronbachs Alpha weergegeven omdat deze variabele niet een schaal is.

^b Deze dummyvariabele bestaat uit de vraag 'Ben je ooit van een platform verbannen? = Ja' en de stellingen 'De reden voor mijn verbanning was duidelijk' ≤ 3 en 'De reden voor mijn verbanning was terecht' ≤ 3 . Als een respondent aan deze voorwaarden voldoet, wordt deze gecodeerd als 1. Er wordt geen Cronbachs Alpha weergegeven omdat deze variabele niet een schaal is.

4.2 Correlaties

Zoals in de correlatiematrix (tabel 8) is te zien, bleken de voorspelde relaties in het theoretisch kader niet significant te zijn. Echter bleek er wel een significante correlatie te zijn tussen negatieve ervaringen op het internet en steun voor soevereine moderatiemethoden, $r(195) = 0.144, p < .05$. Er moet vermeld worden dat voor de variabelen Vertrouwen in de

markt, Vertrouwen in de overheid en Vertrouwen in het maatschappelijk middenveld de Z-scores zijn gebruikt. De variabele Vertrouwen in Multistakeholderisme is namelijk opgesteld als dummyvariabele die een 1 codeert als men een hoger vertrouwen heeft in de respectievelijke actoren dan de mediaan. Op deze wijze is geprobeerd om multicollineariteit te voorkomen.

Hiernaast blijken er ook significante relaties te zijn waarvoor geen hypothesen zijn opgesteld. Zo blijkt er een sterke significante correlatie te zijn tussen de factoren Digitaal Neoliberalisme en Digitale Soevereiniteit, $r(194) = 0.387, p < .01$. Hiernaast is er ook een sterke significante relatie tussen Digitaal Multistakeholderisme en Digitale Soevereiniteit, $r(193) = 0.478, p < .01$. Verassend genoeg is er ook een relatie tussen vertrouwen in de markt en zowel Digitaal Constitutionalisme, $r(194) = 0.191, p < .05$, als Digitaal Multistakeholderisme, $r(193) = -0.142, p < .05$. Voorts is er een onverwachte negatieve correlatie tussen vertrouwen in de overheid en Digitaal Constitutionalisme, $r(194) = -0.192, p < .05$, en een positieve correlatie tussen vertrouwen in de overheid en Digitaal Multistakeholderisme, $r(193) = 0.175, p < .05$. Ook vertrouwen in het maatschappelijk middenveld correleert positief met Digitaal Multistakeholderisme $r(193) = 0.353, p < .01$. Vervolgens correleert Reactance (negatieve ervaringen met harde moderatie) negatief met Digitaal Multistakeholderisme $r(193) = -0.215, p < .05$. Er is ook een verrassende correlatie tussen vertrouwen in de markt en vertrouwen in de overheid $r(202) = 0.303, p < .01$. Ten slotte is de correlatie tussen vertrouwen in elk van de punten van de *governance* driehoek en vertrouwen in het multistakeholderisme hoog, maar, zoals in de methodologie vermeld werd, bestaat de schaal 'vertrouwen in het multistakeholderisme' uit deze schalen (vertrouwen in de markt, overheid etc.), dus kan deze correlatie genegeerd worden.

Tabel 4

Correlatie matrix van de afhankelijke, onafhankelijke en controlevariabelen

	Neoliberalisme	Soevereiniteit	Constitutionalisme	Multistakeholderisme	Vertrouwen Markt	Vertrouwen Overheid	Vertrouwen Maatschappelijk Middenveld	Vertrouwen Multistakeholderisme	Ervaringen	Reactance.
Neoliberalisme	-									
Soevereiniteit	0.387**	-								
Constitutionalisme	0.116	0.033	-							
Multistakeholderisme	0.097	0.478**	-0.044	-						
Vertrouwen Markt	0.068	-0.075	0.191*	-0.142*	-					
Vertrouwen Overheid	0.099	0.131	-0.192*	0.175*	0.303**	-				
Vertrouwen Maat. Midd.	-0.006	0.227**	0.105	0.353**	-0.059	0.051	-			
Vertrouwen Multistake.	-0.004	0.089	0.141*	0.139	0.381**	0.288**	0.314**	-		
Ervaringen	-0.050	0.144*	-0.088	0.007	-0.094	0.004	0.017	-0.011	-	
Reactance	-0.047	-0.166	-0.027	-0.215*	0.007	-0.088	-0.082	-0.081	-0.022	-

* $p < 0.05$

** $p < 0.01$

4.3 Regressieanalyse

De relaties zijn verder onderzocht via een regressietabel (tabel 5). Hieruit blijkt dat de voorspelde relaties uit het theoretisch kader niet in de dataset teruggevonden worden.

Tabel 5.

Regressietabel voor de relaties tussen vertrouwen in de punten van de governance driehoek en de verschillende moderatiemethoden (Betas).

	Neoliberalisme	Soevereiniteit	Constitutionalisme	Multistakeholderisme
<i>Vertrouwen</i>				
- Markt	0.061 (H1)	-0.129	0.239**	-0.190*
- Overheid	0.109	0.127 (H2)	-0.303**	0.180*
- Maatschappelijk Midd.	0.008	0.197**	0.095 (H3)	0.305**
- Multistakeholder	-0.072	0.025	0.104	0.046 (H4)
<i>Controle variabelen</i>				
- Online ervaringen	-0.068	-0.158*	-0.040	-0.017
- Reactance	-0.070*	-0.088	-0.058	0.174**
<hr/>				
N	195	196	196	195
R ² %	2.7	9.5**	13.0**	21.0%**

* $p < 0.05$

** $p < 0.01$

Reactance blijkt een significante negatieve relatie te hebben met Digitaal Neoliberalisme, zoals voorspeld, echter blijkt de R^2 van deze regressieanalyse niet significant, dit betekent dat de onafhankelijke variabelen de variantie van de afhankelijke variabele niet voldoende voorspellen, $R^2 = 0.027$, $F(193) = 0.880$, $p = .511$. Er zijn echter enkele onverwachte verbanden gevonden die mogelijk van belang kunnen zijn. Er is namelijk een verassende sterke significante relatie tussen vertrouwen in het maatschappelijk middenveld en Digitale Soevereiniteit, $r(194) = 0.197$, $p < .01$.

Vervolgens hebben respondenten met een hoge mate van vertrouwen in de markt een positieve relatie met Digitaal Constitutionalisme, $r(194) = 0.239$, $p < .01$ en respondenten met een hoge mate van vertrouwen in de overheid een negatieve relatie met Constitutionalisme, $r(194) = -0.303$, $p < .01$.

Daarnaast hebben respondenten met een hoog vertrouwen in de markt een negatieve relatie met het Digitaal Multistakeholderisme, $r(193) = -0.190$, $p < .05$. Respondenten met een hoog vertrouwen in de overheid hebben een positieve relatie met Digitaal Multistakeholderisme,

$r(193) = 0.180, p < .05$. Ditzelfde geldt voor respondenten met een hoog vertrouwen in het maatschappelijk middenveld, zij hebben een sterke positieve relatie met Digitaal Multistakeholderisme, $r(193) = 0.305, p < .01$.

Ten slotte blijkt dat mensen die slechte ervaringen hebben gehad met sociale mediamoderatie (Reactance) ook een sterke positieve relatie hebben met Digitaal multistakeholderisme $r(193) = 0.174, p < .01$. Op basis van deze resultaten kunnen de nulhypotesen niet met zekerheid worden afgewezen.

5 Conclusie

Hoewel er theoretische steun is voor de hypothesen, blijken de voorspelde relaties niet op de realiteit aan te sluiten. De resultaten van dit onderzoek komen daarmee niet overeen met de geformuleerde hypothesen. Steun voor een actor in de *governance* driehoek vertaalt zich derhalve niet automatisch naar steun voor een specifieke vorm van sociale media moderatie die met deze actor geassocieerd wordt. Tegelijkertijd bieden de resultaten ook een uniek inzicht. Dit onderzoek rust namelijk op een fundamentele aanname die nog niet eerder is geëxpliciteerd. De moderatiemethoden die in dit onderzoek genoemd zijn, zijn behandeld alsof deze zich in een vacuüm bevinden. Denkbaar is echter dat de respondenten geraffineerder waren dan verwacht, en in plaats van naar de moderatiemethoden, juist naar de door hen veronderstelde effecten van deze moderatiemethoden in de praktijk hebben gekeken.

5.1 Nominale en praktische posities

Het feit dat gebruikers de context van het internet meenemen, komt overeen met het onderzoek van Martyanov en Bykov (2017). Hieruit bleek dat internetgebruikers die zichzelf als 'liberaal' beschreven, niet per se 'liberale' methoden van internet *governance* ondersteunden. Hoewel verwacht kan worden dat deze positie een voorkeur voor bedrijfsautonomie zonder overheidsbemoeienis zou inhouden, was dit niet het geval. De steun voor overheidsinvloed op het internet hing af van welke overheid deze invloed zou uitoefenen. Wanneer het de Russische overheid betrof, was er afkeer, maar als het een westerse overheid was, ondersteunden deze liberalen dit juist. Dit suggereert dat gebruikers niet noodzakelijk geïnteresseerd zijn in de moderatiemethoden zelf, maar meer in de context rondom deze moderatiemethoden. Voor dit onderzoek kan het dus zijn dat de respondenten wel consistent in hun ideologie zijn bij het beantwoorden van de vragen, en hierbij juist rekening hebben gehouden bij de machtsverhoudingen die deze moderatiemethoden zouden beïnvloeden.

5.2 De huidige context van het internet

Zoals werd vermeld in de inleiding, heeft de markt sinds de commercialisering van het internet in 1995 de grootste rol gespeeld in internet *governance* (Santaniello, 2021). Dit zou de resultaten kunnen verklaren. Ten eerste zou dit kunnen verklaren waarom respondenten met een hoog vertrouwen in de markt, juist eerder bereid zijn Digitaal Constitutionalisme te

steunen. De conceptualisatie van Digitaal Constitutionalisme heeft namelijk in essentie de aanname dat elke gebruiker hetzelfde is, en dat gebruikers de rol moeten overnemen die nu door algoritmes en betaalde werknemers wordt vervuld. Dit geeft de gemiddelde gebruiker meer vrijheid omdat die nu niet meer afhankelijk is van de wensen van het sociale mediaplatform, maar van de wensen van medegebruikers. Zo kan Digitaal Constitutionalisme gezien worden als een manier om juist macht aan gebruikers met de meeste middelen te geven, zoals bijvoorbeeld grote spelers in de markt. Ditzelfde argument kan verklaren waarom respondenten met een hoge mate van vertrouwen in de overheid juist een negatieve mening hebben over Digitaal Constitutionalisme. Dit zal immers juist een groter vacuüm creëren dat opgevuld zal worden door de markt.

Ten tweede kan dit de onverwachte reacties op Digitaal Multistakeholderisme verklaren. Waarom zijn mensen die vertrouwen hebben in elk van de punten van de *governance* driehoek niet noodzakelijkerwijs voorstanders van Multistakeholder moderatiemethoden? De uitkomst suggereert een complexere werkelijkheid dan in het theoretisch kader was verwacht. Uit de resultaten blijkt dat respondenten die een hoog gehalte van vertrouwen in de overheid en respondenten met hoog vertrouwen in het maatschappelijk middenveld wel voor deze moderatiemethoden zijn, maar respondenten met een hoog vertrouwen in de markt niet. De respondenten die een hogere mate van vertrouwen hebben in de overheid en het maatschappelijk middenveld willen sociale mediaplatforms hoogstwaarschijnlijk laten modereren door middel van de andere actoren, terwijl respondenten met een hoog vertrouwen in de markt dit slechts zouden zien als een afname van de macht van de markt. De verschillende visies op Multistakeholderisme van respondenten met een hoge mate van vertrouwen in de markt en van respondenten met een hoge mate van vertrouwen in de andere actoren kan mogelijk verklaard worden doordat de eerste groep sociale media ziet als een 'vrije marktplaats van ideeën' en de tweede groep het ziet als een machtsvacuüm dat te lang geen toezicht heeft gekend.

5.3 beperkingen en vervolgonderzoek

De in onderdeel 5.2 genoemde theorie is echter speculatief, en moet derhalve met een korreltje zout worden genomen. Er is namelijk sprake van enige problematische aspecten ten aanzien van de meetinstrumenten: de betrouwbaarheid van de schaal Digitaal

Constitutionalisme valt namelijk net onder de aanbevolen drempelwaarde ($\alpha > 0.60$). Hiernaast zijn de data volledig verzameld op één surveywebsite, *Prolific*, hetgeen tot gevolg kan hebben dat deze mogelijk niet representatief is voor alle internetgebruikers. Vervolgens is dit onderzoek slechts uitgevoerd op een Nederlandse populatie die tussen de 18 en 47 jaar oud waren, om de schaal van het onderzoek klein te houden. Dit betekent dat dit onderzoek niet generaliseerbaar is buiten deze specifieke culturele context, hoewel landen zoals de Verenigde Staten en China wellicht een relevantere doelgroep hadden kunnen zijn omdat hier de grote sociale mediabedrijven gevestigd zijn zoals Meta Platforms Inc. en Bytedance.

Ten slotte, hoewel de bevindingen inzicht geven in de meningsvorming van mensen als het aankomt op moderatiemethoden, zijn de afhankelijke variabelen niet ontworpen met inachtneming van de informatie die na de data-analyse gevonden is. Dit betekent dat de analyse sommige onderdelen mist. Deze bevindingen kunnen echter een goed begin vormen voor vervolgonderzoek over de meningen van internetgebruikers over moderatiemethoden aan de hand van hun positie op de *governance* driehoek. Wel kan dit onderzoek behulpzaam in het determineren wat het proces van de meningsvorming van individuen over moderatiemethoden in kan houden. De implicatie van dit exploratieve onderzoek - namelijk dat individuen kijken naar de gevolgen van de invoeringen van moderatiemethoden in plaats van naar de moderatiemethoden zelf - kan hierbij in aanmerking worden genomen. Hiernaast kan dit onderzoek van belang zijn voor politieke entiteiten, die met deze informatie kunnen vaststellen dat burgers niet noodzakelijk hun ideologie volgen als het gaat om hun voorkeur voor moderatiemethoden.

Referenties

- Abbott, K. W., & Snidal, D. (2009). CHAPTER TWO. The governance triangle: regulatory standards institutions and the shadow of the state. In *Princeton University Press eBooks* (pp. 44–88). <https://doi.org/10.1515/9781400830732.44>
- Access Now. (2023, January 26). *Civil society to EU: don't threaten rights with last-minute "crisis response mechanism" in DSA - Access Now*. <https://www.accessnow.org/press-release/crisis-response-mechanism-dsa/>
- Akkermans, M., Arends, J., Derksen, E., & Reep, C. (2023, May 10). 2. *Internetgebruik*. Centraal Bureau Voor De Statistiek. [https://www.cbs.nl/nl-nl/longread/rapportages/2023/online-veiligheid-en-criminaliteit-2022/2-internetgebruik#:~:text=Andere%20veelvoorkomende%20online%20activiteiten%20waren,spelletjes%20spelen%20\(41%20procent\)](https://www.cbs.nl/nl-nl/longread/rapportages/2023/online-veiligheid-en-criminaliteit-2022/2-internetgebruik#:~:text=Andere%20veelvoorkomende%20online%20activiteiten%20waren,spelletjes%20spelen%20(41%20procent).).
- Amnesty International. (2024, February 19). *EU: Landmark Digital Services Act must be robustly enforced to protect human rights*. <https://www.amnesty.org/en/latest/news/2024/02/eu-landmark-digital-services-act-must-be-robustly-enforced-to-protect-human-rights/>
- Barter, C., & Renold, E. (1999). The use of vignettes in qualitative research. *Social Research Update*, 25. <https://research-information.bris.ac.uk/en/publications/the-use-of-vignettes-in-qualitative-research>
- Becker, J., & van Rooijen, P. (2001). Het beeld van de wetenschap. In *Sociaal Cultureel Planbureau* (ISBN 90 377 0056 x). <https://doi.org/10.17026/dans-xb4-7wq7>

Bertuzzi, L. (2023, April 12). Musk's Twitter on collision course with Europe, with exit possible.

[www.euractiv.com. https://www.euractiv.com/section/platforms/news/musk-twitter-on-collision-course-with-europe-with-exit-possible/](https://www.euractiv.com/section/platforms/news/musk-twitter-on-collision-course-with-europe-with-exit-possible/)

Bloch-Wehba, H. (2021). Content Moderation as Surveillance. *Berkeley Technology Law*

Journal, 36(3), [https://heinonline.org/HOL/Page?handle=hein.journals/berktech36 & div=39 & g_sent=1 & casa_token=4X64-](https://heinonline.org/HOL/Page?handle=hein.journals/berktech36&div=39&g_sent=1&casa_token=4X64-DuAhDkAAAAA:LiTpesHxukxQbr1CGl3WABC3jKeljJaihgWBjAeOTchYgW4FJAHFkdjytqDV--Yx1SGNVXE&collection=journals)

[DuAhDkAAAAA:LiTpesHxukxQbr1CGl3WABC3jKeljJaihgWBjAeOTchYgW4FJAHFkdjytqD V--Yx1SGNVXE&collection=journals.](https://heinonline.org/HOL/Page?handle=hein.journals/berktech36&div=39&g_sent=1&casa_token=4X64-DuAhDkAAAAA:LiTpesHxukxQbr1CGl3WABC3jKeljJaihgWBjAeOTchYgW4FJAHFkdjytqDV--Yx1SGNVXE&collection=journals)

Butler, W. D., Sargent, A., & Smith, K. (n.d.). *A very brief history of the internet*. Pressbooks.

<https://oer.pressbooks.pub/collegeresearch/chapter/a-very-brief-history-of-the-internet/>

CATO. (2021). CATO0014. In *CATO0014*. [https://www.cato.org/sites/cato.org/files/2021-](https://www.cato.org/sites/cato.org/files/2021-12/cato-social-media-survey-report-toplines.pdf)

[12/cato-social-media-survey-report-toplines.pdf](https://www.cato.org/sites/cato.org/files/2021-12/cato-social-media-survey-report-toplines.pdf)

CBS. (2018, June 30). *Onderwijs - cijfers - maatschappij*. Trends in Nederland 2018.

<https://longreads.cbs.nl/trends18/maatschappij/cijfers/onderwijs/>

Chandrasekharan, E., Jhaver, S., Bruckman, A., & Gilbert, É. (2022). Quarantined! Examining

the effects of a Community-Wide Moderation Intervention on Reddit. *ACM*

Transactions on Computer-Human Interaction, 29(4), 1–26.

<https://doi.org/10.1145/3490499>

Cho, D., Kim, S. D., & Acquisti, A. (2012). Empirical analysis of online anonymity and user

behaviors: The impact of real name Policy. *IEEE Computer Society*.

<https://doi.org/10.1109/hicss.2012.241>

Coosto. (2024, January 30). Social media gebruik & trends in Nederland in 2024. *Coosto*.

<https://www.coosto.com/nl/blogs/social-media-gebruik-trends-nederland-2024>

- Dekker, P., & Van Der Meer, T. (2007). Vertrouwen in de rechtspraak nader onderzocht. *Sociaal En Cultureel Planbureau*. <http://repository.ubn.ru.nl/handle/2066/55952>
- DeNardis, L. (2010). The emerging field of internet governance. *Social Science Research Network*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1678343>
- Epstein, D. (2013). The making of Institutions of Information Governance: The case of the Internet Governance Forum. *Journal of Information Technology*, 28(2), 137–149. <https://doi.org/10.1057/jit.2013.8>
- European Commission. (2024, March 14). *The Digital Services Act package*. Shaping Europe's Digital Future. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-services-act-package>
- Field, A. (2017). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics* (5th ed., Vols. 792–795). VitalSource Bookshelf. <https://dl.acm.org/citation.cfm?id=2502692>
- Gehl, R. W. (2018). Alternative social media: from critique to code. In *SAGE Publications Ltd eBooks* (pp. 330–350). <https://doi.org/10.4135/9781473984066.n19>
- Goanta, C., & Ortolani, P. (2021). *Digitalisering en conflictoplossing* (1st ed., Vols. 171–188, pp. 171–188) [PDF]. Wolters Kluwer. <https://hdl.handle.net/2066/240057>
- Golumbia, D. (2014). Cyberlibertarianism: the extremist foundations of “Digital Freedom.” *Vcu*. https://www.academia.edu/4429212/Cyberlibertarianism_The_Extremist_Foundations_of_Digital_Freedom
- Gorwa, R. (2019). The platform governance triangle: conceptualising the informal regulation of online content. *Internet Policy Review*, 8(2). <https://doi.org/10.14763/2019.2.1407>

- Grdešić, M. (2019). Who are the neoliberals in Central and eastern Europe? Assessing public support for neoliberalism in 11 new EU member states. *Europe-Asia Studies*, 71(10), 1645–1663. <https://doi.org/10.1080/09668136.2019.1656710>
- Griffin, R. (2023). Public and private power in social media governance: multistakeholderism, the rule of law and democratic accountability. *Transnational Legal Theory*, 14(1), 46–89. <https://doi.org/10.1080/20414005.2023.2203538>
- Grimmelmann, J. (2015). The virtues of moderation. *Yale Journal of Law and Technology*, 17(1), 2. https://digitalcommons.law.umaryland.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2521&context=fac_pubs
- Habib, H., & Nithyanand, R. (2022). Exploring the magnitude and effects of media influence on Reddit moderation. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 16, 275–286. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v16i1.19291>
- Haggart, B., Tusikov, N., & Scholte, J. A. (2021). *Power and authority in internet governance: Return of the State?* Routledge.
- Hong, S., & Nadler, D. (2015). The Unheavenly Chorus: Political voices of organized interests on social media. *Policy & Internet*, 8(1), 91–106. <https://doi.org/10.1002/poi3.110>
- IFLA. (2024). *What is Internet Governance?* International Federation of Library Associations and Institutions. <https://www.ifla.org/what-is-internet-governance/>
- IGF. (2024). *WSIS+20 and IGF+20 Review by the UN General Assembly (2025) | Internet Governance Forum*. <https://www.intgovforum.org/en/content/wsis20-and-igf20-review-by-the-un-general-assembly-2025>
- Ingber, S. (1984). The Marketplace of Ideas: a legitimizing myth. *Duke Law Journal*, 1984(1), 1. <https://doi.org/10.2307/1372344>

- Jhaver, S., Appling, D. S., Gilbert, E., & Bruckman, A. (2019). "Did You Suspect the Post Would be Removed?" *Proceedings of the ACM on Human-computer Interaction*, 3(CSCW), 1–33. <https://doi.org/10.1145/3359294>
- Juneja, P., Subramanian, D. R., & Mitra, T. (2020). Through the looking glass. *Proceedings of the ACM on Human-computer Interaction*, 4(GROUP), 1–35. <https://doi.org/10.1145/3375197>
- Liu, Y., Yildirim, P., & Zhang, Z. J. (2021). Social media, content moderation, and technology. *arXiv (Cornell University)*. <https://doi.org/10.48550/arxiv.2101.04618>
- Martyanov, D. S., & Bykov, I. A. (2017). Ideological Segregation in the Russian Cyberspace: Evidences from St. Petersburg. In *Communications in computer and information science* (pp. 259–269). https://doi.org/10.1007/978-3-319-69784-0_22
- Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport. (2021, December 24). *Continu onderzoek burgerperspectieven (COB)*. Onderzoeksbeschrijvingen SCP | Sociaal En Cultureel Planbureau. <https://www.scp.nl/over-scp/data-en-methoden/onderzoeksbeschrijvingen/continuu-onderzoek-burgerperspectieven-cob>
- Morrow, G., Swire-Thompson, B., Polny, J. M., Kopec, M., & Wihbey, J. (2022). The emerging science of content labeling: Contextualizing social media content moderation. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 73(10), 1365–1386. <https://doi.org/10.1002/asi.24637>
- Netwerk Mediawijsheid. (2021, November 5). *Kennisbank*. <https://netwerkmediawijsheid.nl/onderzoek/onderzoek-vier-op-de-vijf-nederlanders-vindt-dat-het-online-veel-socialer-moet/>
- Netwerk Mediawijsheid & NoTies. (2021). #WvdM 2021: Vier op de vijf Nederlanders vindt dat het online veel socialer moet. In *Netwerk Mediawijsheid*. Netwerk Mediawijsheid.

Retrieved May 5, 2024, from <https://netwerkmediawijsheid.nl/wvdm-nederlander-vindt-dat-het-online-socialer-moet/>

Ortolani, P., & Goanta, C. (2021). Unpacking content moderation: The rise of social media platforms as online civil courts. *Social Science Research Network*.

<https://doi.org/10.2139/ssrn.3969360>

Register, Y., Grasso, I., Weingarten, L. N., Fury, L., Chinae, C. E., Malloy, T. J., & Spiro, E. S.

(2024). Beyond initial removal: lasting impacts of discriminatory content moderation to marginalized creators on Instagram. *Proceedings of the ACM on Human-computer Interaction*, 8(CSCW1), 1–28. <https://doi.org/10.1145/3637300>

Renaud, K., Van Der Schyff, K., & Macdonald, S. (2023). Would US citizens accept

cybersecurity deresponsibilization? Perhaps not. *Computers & Security*, 131, 103301.

<https://doi.org/10.1016/j.cose.2023.103301>

Rensen, F. (2023, August 25). *Algoritmen van onder meer Facebook, Instagram en TikTok door*

nieuwe Europese digiwet optioneel. De Volkskrant. Retrieved April 1, 2024, from

<https://www.volkskrant.nl/wetenschap/algoritmen-van-onder-meer-facebook-instagram-en-tiktok-door-nieuwe-europese-digiwet-optioneel~b35400df/>

Segers, J. (1999). *Methoden voor de maatschappijwetenschappen* (1st ed., Vols. 173–193).

Van Gorcum & Comp bv.

Steiger, M., Bharucha, T. J., Venkatagiri, S., Riedl, M. J., & Lease, M. (2021). The Psychological

Well-Being of Content Moderators: The Emotional Labor of Commercial Moderation and Avenues for Improving Support. *Association for Computing Machinery*.

<https://doi.org/10.1145/3411764.3445092>

Tsugawa, S., & Ohsaki, H. (2015). Negative Messages Spread Rapidly and Widely on Social

Media. *COSN '15*, 151–160. <https://doi.org/10.1145/2817946.2817962>

- Van Bohemen, S., De Koster, W., & Van Der Waal, J. (2018). Euroscepticism among Dutch Leftist and Rightist Populist Constituencies: How can the U-Curve be Understood? *Journal of Common Market Studies*, 57(2), 371–387.
<https://doi.org/10.1111/jcms.12806>
- Van Hoboken, J., Appelman, N., Van Duin, A., Blom, T., Zarouali, B., Seel, M., Stringhi, E., Helberger, N., & Fathaigh, R. Ó. (2020). Voorziening voor verzoeken tot snelle verwijdering van onrechtmatige online content. In *Instituut Voor Informatierecht (IViR)*. Wetenschappelijk Onderzoek- en Documentatiecentrum (WODC). Retrieved May 3, 2024, from https://repository.tudelft.nl/assets/uuid:f4a9387d-76c0-4b8d-8a7e-43ac34266e33/3108_samenvatting_tcm28-464978.pdf
- Veglis, A. (2014). Moderation techniques for social media content. In *Lecture Notes in Computer Science* (pp. 137–148). https://doi.org/10.1007/978-3-319-07632-4_13
- Weinberg, J. (2000). ICANN and the problem of legitimacy. *Duke Law Journal*, 50(1), 187.
<https://doi.org/10.2307/1373114>
- West, S. M. (2018). Censored, suspended, shadowbanned: User interpretations of content moderation on social media platforms. *New Media & Society*, 20(11), 4366–4383.
<https://doi.org/10.1177/1461444818773059>
- Xiao, S., Jhaver, S., & Salehi, N. (2023). Addressing Interpersonal harm in online gaming Communities: The opportunities and Challenges for a Restorative Justice approach. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction*, 30(6), 1–36.
<https://doi.org/10.1145/3603625>
- Zannettou, S. (2021). “I won the election!”: An Empirical analysis of soft moderation interventions on Twitter. *Proceedings of the . . . International AAAI Conference on*

Weblogs and Social Media/Proceedings of the International AAAI Conference on

Weblogs and Social Media, 15, 865–876. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v15i1.18110>

Zhang, X., Wei, Z., Du, Q., & Zhang, Z. (2022). Social Media Moderation and Content

Generation: Evidence from User Bans. *Social Science Research Network*.

<https://doi.org/10.2139/ssrn.4089011>

Bijlage: Vragenlijst

Start van blok: Privacy en ethiek

Voor mijn Master Politics & Society-scriptie aan de Erasmus Universiteit Rotterdam doe ik, Allard Zeegers, onder begeleiding van Prof. dr. P. Mascini, onderzoek naar de meningen van jonge Nederlanders over moderatie van sociale media – het reguleren van wat online wel en niet gezegd kan worden.

Door middel van dit onderzoek wil ik achterhalen wie volgens jou bij voorkeur de inhoud van sociale mediaplatforms zou moeten modereren: de overheid, platformbedrijven, of medegebruikers.

In de vragenlijst komen eerst vragen over jouw gebruik van sociale media aan bod. Daarna volgen vragen over steun voor moderatie en de partijen die daarin een rol kunnen spelen. De vragenlijst sluit af met een paar vragen over jouw achtergrond. Ik behandel de antwoorden anoniem en vertrouwelijk. Dit betekent dat de antwoorden niet te herleiden zullen zijn naar jou als persoon. Verder ben ik alleen geïnteresseerd in jouw persoonlijke mening; dit betekent dat er geen goede of foute antwoorden zijn.

Je hoeft geen vragen te beantwoorden die je niet wilt beantwoorden. Deelname is vrijwillig en je kan stoppen wanneer je wilt. Indien je specifieke vragen hebt over de vragenlijst kan je contact opnemen met mijn studentenemailadres: 579933az@eur.nl. Door dit toestemmingsformulier te ondertekenen ga je akkoord met het volgende:

1. Ik ben voldoende geïnformeerd over het onderzoek.
2. Ik neem vrijwillig deel aan dit onderzoek. Het is mij duidelijk dat ik deelname aan het onderzoek op elk moment, zonder opgaaf van reden, kan beëindigen.
3. Ik geef toestemming om de gegevens die tijdens dit onderzoek over mij worden verzameld te verwerken zoals in de inleidende tekst is uitgelegd.
4. Ik geef toestemming om mijn antwoorden te gebruiken in de masterscriptie.
5. Ik geef toestemming om de bij mij verzamelde gegevens te bewaren en te gebruiken voor al het verdere onderzoek dat er later mee gedaan kan worden.

Door deze box aan te vinken, ga ik akkoord met de bovenstaande voorwaarden. (1)

Einde blok: Privacy en ethiek

Start van blok: Blok 12

Q19 Heb je in het afgelopen jaar gebruik gemaakt van sociale media platforms als Facebook, X, Whatsapp, Snapchat, of Tiktok?

Ja (1)

Nee (2)

Einde blok: Blok 12

Start van blok: Blok 9

Deze vraag weergeven:

If Heb je in het afgelopen jaar gebruik gemaakt van sociale media platforms als Facebook, X, Whatsap... = Ja

Q13 Hoe vaak heb je in het afgelopen jaar zelf direct of indirect te maken gehad met de volgende activiteiten op sociale media?

	Minstens 1 keer per week (1)	1 keer of enkele keren per maand (2)	1 keer of enkele keren in het afgelopen jaar (3)	Nooit (4)
Pesten door een groep of individu van een slachtoffer dat zich niet gemakkelijk kan verdedigen (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De verspreiding, aanstichting, aanmoediging of goedkeuring van haat (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het bewust aannemen van een valse identiteit om anderen te misleiden (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oproepen om iemand uit te sluiten uit zijn/haar gemeenschap (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het zonder toestemming maken en/of verspreiden van seksueel getinte beelden of video's (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het verspreiden van informatie die 'onjuist' of 'misleidend' is (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het opzettelijk dwarszitten van mensen in online gemeenschappen (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Einde blok: Blok 9

Start van blok: Blok 12

Deze vraag weergeven:

If Heb je in het afgelopen jaar gebruik gemaakt van sociale media platforms als Facebook, X, Whatsap... = Ja

Q17 Bent je ooit van een platform verbannen?

- Ja (1)
- Nee (2)
- Weet niet (3)
- Niet van toepassing (4)

Pagina-einde

Deze vraag weergeven:

If Bent je ooit van een platform verbannen? = Ja

Q18 In hoeverre ben je het oneens of eens met de volgende stellingen?

	Ze er oneens (1)	Oneens (2)	Noch eens noch oneens (3)	Eens (4)	Ze er eens (5)	Weet niet (6)	Niet van toepassing (7)
De reden voor mijn verbanning was duidelijk. (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De reden van mijn verbanning was terecht. (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Einde blok: Blok 12

Start van blok: Blok 1

Q2 Hieronder staan stellingen over manieren om omgangsvormen op sociale media te veranderen. De stellingen hebben betrekking op de bijdrage die sociale mediaplatforms hieraan kunnen leveren.

Op een schaal van 1 tot 5, in hoeverre ben je het hiermee oneens of eens?

	Zeer mee oneens (1)	Oneens (2)	Noch eens noch oneens (3)	Eens (4)	Zeer mee eens (5)	Weet niet/Geen mening (6)
Platforms moeten de mogelijkheid hebben om elk bericht dat een gebruiker plaatst te kunnen herleiden naar hun e-mailadres. (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Platforms moeten gebruikers kunnen blokkeren als zij gedrag vertonen dat nadelig is voor hun winstomzet. (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Platforms zijn te gesloten over hun aanpak van wantoestanden. (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Platforms moeten gebruikers die uitgelekte naaktfoto's van een Bekende Nederlander verspreiden automatisch kunnen blokkeren. (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Platforms moeten gebruikers kunnen verbannen zonder hen daarvan op de hoogte te stellen. (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Meta moet zelf kunnen beslissen of ze de toegang van Facebookpagina's van veroordeelde terroristen volledig wil afsluiten. (6)

Werknemers van Meta moeten ongepaste berichten kunnen verwijderen op basis van hun eigen oordeel. (7)

Forums waarop foto's van gemartelde dieren staan moeten in de zoekresultaten kunnen worden onderdrukt, zonder dat de gebruiker hiervan wordt geïnformeerd. (8)

Einde blok: Blok 1

Start van blok: Blok 2

Q4 Hieronder staan stellingen over manieren om omgangsvormen op sociale media te veranderen. De stellingen hebben betrekking op de bijdrage die de overheid en veiligheidsdiensten hieraan kunnen leveren.

Op een schaal van 1 tot 5, in hoeverre ben je het hiermee eens?

	Zeer mee oneens (1)	Oneens (2)	Noch eens noch oneens (3)	Eens (4)	Zeer mee eens (5)	Weet niet/Geen mening (6)
Wetgeving voor schadevergoedingen voor slachtoffers van misbruik van sociale media moet worden versoepeld (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De overheid moet meer te zeggen krijgen over websites die kinderporno hosten. (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De overheid moet platforms kunnen verplichten om privégegevens door te geven aan de politie voor opsporing. (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De overheid moet platforms kunnen verplichten om een leeftijdsgrens te hanteren voor minderjarige gebruikers. (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De politie moet toestemming krijgen om groepschats te infiltreren die verdacht worden van het verkopen van illegaal vuurwerk aan kinderen (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De politie moet ervoor kunnen zorgen dat wat offline verboden is ook online niet is toegestaan. (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

De politie moet sociale media kunnen verplichten om opsporingsverzoeken te plaatsen. (7)

De overheid moet iedereen die een account wil openen op sociale media kunnen verplichten om zichzelf te identificeren met hun echte naam en foto. (8)

De wettelijke verplichting voor platforms om gebruikers een reden te geven wanneer ze worden geblokkeerd is goed. (9)

Einde blok: Blok 2

Start van blok: Blok 3

Q5 Hieronder staan stellingen over manieren om omgangsvormen op sociale media te veranderen. De stellingen hebben betrekking op de bijdrage die de burger (-initiatieven) hieraan kan leveren.

Op een schaal van 1 tot 5, in hoeverre ben je het hiermee oneens of eens?

	Zeer mee oneens (1)	Oneens (2)	Noch eens noch oneens (3)	Eens (4)	Zeer mee eens (5)	Weet niet/Geen mening (6)
Gebruikers moeten een contentmoderator uit hun midden kunnen kiezen (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het moet mogelijk zijn voor gebruikers om te stemmen welke content moet worden toegelaten op de pagina's die zij geregeld bezoeken. (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Als je mensen de ruimte geeft om vrij te discussiëren op sociale media, is ingrijpen in wat ze plaatsen overbodig. (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Een inhoudelijke discussie tussen gebruikers is de beste manier om omgangsvormen op sociale media in goede banen te leiden. (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het gebruik van likes en dislikes is een goede manier om omgangsvormen op sociale media te sturen. (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Berichten zouden automatisch moeten worden verwijderd als deze een bepaald aantal dislikes van medegebruikers heeft ontvangen. (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Mensen moeten elkaar meer bewust maken van het belang van goede omgangsvormen op sociale media. (7)

Ouders moeten meer verantwoordelijkheid nemen om hun kinderen goede omgangsvormen op sociale media bij te brengen. (8)

Einde blok: Blok 3

Start van blok: Blok 4

Q6 Hieronder staan stellingen over manieren om omgangsvormen op sociale media te veranderen. De stellingen hebben betrekking op de bijdrage die sociale mediaplatform, de overheid en burger (-initiatieven) hieraan kunnen leveren.

Op een schaal van 1 tot 5, in hoeverre ben je het hiermee eens?

	Zeer mee oneens (1)	Oneens (2)	Noch eens noch oneens (3)	Eens (4)	Zeer mee eens (5)	Weet niet/Geen mening (6)
Overheden en maatschappelijke organisaties moeten intensiever worden betrokken bij grote beslissingen over sociale mediamoderatie. (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De beslissing om Donald Trump van Twitter verbannen had niet aan het platform zelf overgelaten moeten worden. (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Een gedragscode voor online interacties, opgesteld in samenwerking tussen platforms, overheden en burgergroeperingen, bevordert een veilige en respectvolle online omgeving. (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Er moet meer gebeuren om te voorkomen dat sociale mediaplatforms gebruikers alleen voeden met berichten die aansluiten bij hun wensen en voorkeuren. (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Het zou verboden moeten zijn dat gebruikers selectief advertenties ontvangen van de politieke partijen waar hun voorkeur naar uitgaat. (5)

Overheden en maatschappelijke organisaties moeten worden betrokken bij het rechtzetten van misstanden op sociale media. (6)

Het zou goed zijn als daders en slachtoffers van online pesten onder begeleiding en in het bijzijn van andere gebruikers kunnen werken aan het herstel van hun geschonden relatie. (7)

Einde blok: Blok 4

Start van blok: Blok 5

Q8 Geef voor elk van de volgende instellingen in Nederland aan in hoeverre je er vertrouwen in hebt.

	Helemaal geen vertrouwen (1)	Weinig vertrouwen (2)	Gemiddeld vertrouwen (3)	Veel vertrouwen (4)	Heel veel vertrouwen (5)
De politie (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De Tweede Kamer (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De Nederlandse regering (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Grote ondernemingen (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Einde blok: Blok 5

Start van blok: Blok 6

Q9 Geef aan in hoeverre je het eens bent met de volgende stellingen:

	Zeer mee oneens (1)	Oneens (2)	Noch eens noch oneens (3)	Eens (4)	Zeer mee eens (5)	Weet niet/Geen mening (6)
We hebben grote inkomensverschillen nodig om mensen aan te zetten tot het leveren van grote individuele inspanningen. (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Grote inkomensverschillen zijn oneerlijk omdat iedereen uiteindelijk gelijk is. (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bedrijven moeten worden verplicht om hun werknemers in de winst te laten delen. (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Concurrentie moedigt mensen aan om hard te werken en nieuwe ideeën te ontwikkelen. (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Concurrentie haalt het slechtste in mensen naar boven. (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De vooruitgang is het beste gediend als men de markt zo veel mogelijk hun gang laat gaan. (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Veel problemen van vandaag zullen uiteindelijk door de markt worden opgelost. (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Over het algemeen doet de markt meer goed dan kwaad. (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Einde blok: Blok 6

Start van blok: Blok 11

Q15 Geef aan in hoeverre je het eens bent met de volgende stellingen:

	Zeer mee oneens (1)	Oneens (2)	Noch eens noch oneens (3)	Eens (4)	Zeer mee eens (5)	Weet niet/Geen mening (6)
De overheid doet onvoldoende voor mensen zoals ik. (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De meeste politici zijn bekwame mensen die weten wat ze doen. (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mensen zoals ik hebben geen enkele invloed op wat de regering doet (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kamerleden en ministers geven niet veel om wat mensen zoals ik denken (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Einde blok: Blok 11

Start van blok: Blok 7

Q10 Geef aan in hoeverre je het eens bent met de volgende stellingen:

	Zeer mee oneens (1)	Oneens (2)	Noch eens noch oneens (3)	Eens (4)	Zeer mee eens (5)	Weet niet/Geen mening (6)
Alleen als mensen bewust nadenken over hun koopgedrag zullen bedrijven maatschappelijk verantwoord ondernemen (rekening houden met mens, milieu en maatschappij). (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Burgers die uit eigen beweging speeltuinen beheren, voor kinderopvang zorgen en de veiligheid in de buurt bewaken, leveren een zeer belangrijke bijdrage aan de samenleving. (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Afspraken tussen overheid, bedrijfsleven en maatschappelijke organisaties zijn onmisbaar voor de aanpak van roken en overgewicht. (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Het moet makkelijker worden voor burgers om gezamenlijk energie op te wekken. (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Burgers moeten
betere
mogelijkheden
krijgen om
rechtstreeks
invloed uit te
oefenen op de
aanpak van
problemen die hen
persoonlijk raken.
(5)

Hoeveel vrijwilligers
een bevolking heeft
(in verhouding tot
het aantal
inwoners) zegt veel
over hoe gezond
een samenleving is.
(6)

We kunnen niet
meer zonder
platformen waarop
burgers en
organisaties
goederen met
elkaar kunnen
delen of diensten
kunnen uitwisselen.
(7)

Het is goed dat er
burgers zijn die
vluchtelingen
opvangen. (8)

De aanleg van
geveltuinen en
groenvoorzieningen
door
buurtbewoners
levert een
belangrijke bijdrage
aan verduurzaming.
(9)

Vakbonden spelen
een cruciale
maatschappelijke
rol. (10)

Q11 Wat is je hoogst behaalde diploma?

- Basisonderwijs (1)
 - Lager / voorbereidend beroepsonderwijs (lbo / vmbo) (2)
 - Hoger algemeen voortgezet onderwijs (havo) (3)
 - Voorbereiden wetenschappelijk onderwijs (vwo) (4)
 - Middelbaar beroepsonderwijs (mbo) (5)
 - Hoger beroepsonderwijs (hbo) (6)
 - Wetenschappelijk onderwijs (wo) (7)
 - Anders (8)
 - (Nog) geen onderwijs afgerond (9)
 - Volgt nog geen onderwijs (10)
-

Q12 Wat is je geslacht?

- Man (1)
 - Vrouw (2)
 - Non-Binair/Derde geslacht (3)
 - Anders (4)
-



Q16 Wat is je geboortjaar?
