



Tussen Kamer, krant en sociale media

De wisselwerking tussen de Tweede Kamer,
landelijke kranten en sociale media in de verspreiding
van discriminerende uitingen

Februari 2026

**Allen die zich in Nederland bevinden,
worden in gelijke gevallen gelijk
behandeld. Discriminatie wegens
godsdienst, levensovertuiging,
politieke gezindheid, ras, geslacht,
handicap, seksuele gerichtheid
of op welke grond dan ook,
is niet toegestaan.**

Tussen Kamer, krant en sociale media

De wisselwerking tussen de Tweede Kamer,
landelijke kranten en sociale media in de verspreiding
van discriminerende uitingen

Inhoudsopgave

Voorwoord	6
Samenvatting	7
1. Introductie	9
1.1 Aanleiding	9
1.2 Wisselwerking tussen domeinen	10
1.3 Onderzoeksvragen	12
2. Uitingen detecteren	13
2.1 Data en bronnen	13
2.2 Uitingen bruikbaar maken voor analyses	13
3. Analyses: richtingen van invloed	18
3.1 Observaties uit de data	18
3.2 Richtingen van invloed	19
3.3 Resultaten over de wisselwerking	21
4. Verdiepende analyses	26
4.1 Tijdsverloop van de wisselwerking	26
4.2 Verbanden per discriminatiegrond	27
4.3 Verbanden met betrekking tot politieke partijen	33
5. Antwoorden op onderzoeksvragen	36
5.1 Uitingen bruikbaar maken voor analyse	36
5.2 Frequentie van uitingen	36
5.3 Sentiment van uitingen	37
5.4 Discriminerende uitingen	37
5.5 Patroon van racisme	38
6. Oproep: Neem verantwoordelijkheid	39
6.1 Oproep om de verspreiding van discriminatie en racisme te doorbreken	39
6.2 Oproep tot transparantie door sociale mediaplatforms	42
6.3 Oproep tot normstelling	43

Voorwoord

In eerdere rapportages heeft de Staatscommissie tegen Discriminatie en Racisme laten zien dat discriminatie en racisme structurele verschijnselen in de Nederlandse samenleving zijn. Ze zijn wijdverbreid en diep verankerd, doen zich voor op uiteenlopende maatschappelijke terreinen en raken mensen keer op keer.

Het ontbreekt in ons land echter aan inzicht in hoe discriminatie tussen verschillende domeinen elkaar beïnvloeden. Denk bijvoorbeeld aan de vraag of discriminerende uitingen van gebruikers op sociale media doorwerken in de politiek en berichtgeving in landelijke kranten (inclusief opiniebijdragen en columns) en andersom.

In het publieke debat wordt regelmatig de vraag gesteld in hoeverre uitingen van politici, berichtgeving in kranten en reacties van gebruikers op sociale media elkaar beïnvloeden en bijdragen aan een klimaat waarin discriminatie kan worden genormaliseerd. Tot nu toe ontbraken wetenschappelijk onderbouwde inzichten hierover, met name over de richting waarin deze invloed verloopt.

In deze rapportage wordt onderzoek beschreven dat hierin meer inzicht biedt. Onderzoekers van de Universiteit van Amsterdam hebben in opdracht van de staatscommissie grote hoeveelheden tekst uit de Tweede Kamer, landelijke kranten en sociale media over een periode van tien jaar verzameld en geanalyseerd. Daarbij is gekeken naar hoe vaak over bevolkingsgroepen wordt gesproken, met welke emotionele lading dat gebeurt en of er sprake is van discriminerende uitingen. Deze analyses maken zichtbaar dat deze uitingen over bevolkingsgroepen, ook uitingen die discriminerend van aard zijn, zich tussen politici, kranten en sociale media verplaatsen en elkaar wederzijds beïnvloeden.

De bevindingen vormen aanleiding om alle betrokkenen te wijzen op hun verantwoordelijkheid. Politici, journalisten, sociale mediaplatforms en gebruikers van sociale media dragen ieder, vanuit hun eigen rol, bij aan het publieke debat en hebben daarmee invloed op hoe over bevolkingsgroepen wordt gesproken. Het tegengaan van de normalisering van discriminatie en racisme vraagt om actieve inzet van al deze partijen.

De staatscommissie dankt João Fonseca, Gossa Lô, Erman Acar en Fernando Santos van de Universiteit van Amsterdam voor hun zorgvuldige onderzoek. Wij hopen dat deze rapportage bijdraagt aan een bewuster publiek debat, waarin met respect en waardigheid wordt gesproken over alle inwoners van ons land.

Dr. Joyce Sylvester,
Voorzitter

Samenvatting

Discriminatie wordt op alle maatschappelijke terreinen steeds vaker ervaren en gemeld, waaronder in de politiek, in landelijke kranten en op sociale media. Terwijl onderzoek vaak in kaart brengt hoe frequent discriminatie gemeld wordt in verschillende domeinen, is nog relatief weinig bekend over hoe discriminerende uitingen zich over domeinen verspreiden. Juist deze wisselwerking kan bijdragen aan een klimaat waarin discriminatie genormaliseerd raakt.

Om hier beter zicht op te krijgen, en om in de toekomst gericht te kunnen werken aan het beperken van deze verspreiding, heeft de Staatscommissie tegen Discriminatie en Racisme onderzoekers van de Universiteit van Amsterdam gevraagd wetenschappelijk onderzoek te doen naar de wisselwerking tussen drie domeinen: de politiek, landelijke kranten en sociale media.

Voor dit onderzoek zijn grote hoeveelheden teksten uit de periode 2014 tot en met 2024 verzameld en geanalyseerd. Deze teksten omvatten toespraken en interrupties van politici in de Tweede Kamer, artikelen uit landelijke kranten en reacties op YouTube onder vier nieuwskanalen, namelijk De Telegraaf, NOS, NOS Jeugdjournaal en NU.nl. Via deze data is onderzocht hoe vaak er over bevolkingsgroepen wordt gesproken, met welke emotionele lading dit gebeurt en hoe vaak er discriminerende uitingen worden gedaan. Door het gebruik van grote hoeveelheden data uit de afgelopen tien jaar kunnen patronen worden geanalyseerd in de manier waarop veranderingen in het ene domein samenhangen met latere veranderingen in een ander domein. Daarmee wordt bijvoorbeeld onderzocht of een toename van uitingen over bepaalde bevolkingsgroepen op sociale media later terug te zien is bij Tweede Kamerleden of in landelijke kranten, en ook in omgekeerde richting.

De resultaten laten zien dat politici, landelijke kranten en sociale media elkaar voortdurend beïnvloeden. Vooral uitingen van Tweede Kamerleden blijken door te werken. Wanneer politici in de Tweede Kamer vaker, negatiever of discriminerend over bevolkingsgroepen spreken, worden vergelijkbare patronen daarna zichtbaar in YouTube-reacties en, in minder sterke mate, in landelijke kranten.

Daarnaast zijn er aanwijzingen voor invloed in de andere richting. Als er veranderingen zijn in uitingen over bevolkingsgroepen in YouTube-reacties, dan zijn daarna soms ook veranderingen te zien in uitingen van Tweede Kamerleden, vooral in hoe vaak zij over bevolkingsgroepen spreken, en in mindere mate in het sentiment daarvan. Deze invloed is nog zwakker wanneer specifiek wordt gekeken naar discriminerende uitingen. De invloed van YouTube-reacties op landelijke kranten is ook zichtbaar, maar met een zwakker patroon.

De uitingen van Tweede Kamerleden waarover landelijke kranten berichten, lijken invloed te hebben op de mate waarop er over

bevolkingsgroepen in YouTube-reacties wordt gesproken. Tegelijkertijd laten de analyses nauwelijks zien dat de wijze waarop landelijke kranten in hun berichtgeving over bevolkingsgroepen schrijven, doorwerkt in de uitingen van Kamerleden.

Een opvallende uitkomst van verdiepende analyses is dat de wisselwerking het sterkst en meest consistent is bij uitingen over 'Joden', 'moslims' en de 'herkomst' van mensen. Voor andere gronden, zoals 'geslacht', leeftijd, 'beperking' en 'seksuele oriëntatie', zijn ook verbanden te vinden, maar deze zijn minder uitgesproken en minder consistent. Dit wijst erop dat in het publieke debat vooral racisme sneller en sterker kan escaleren door de wederzijdse beïnvloeding tussen politici, landelijke kranten en sociale media.

De bevindingen benadrukken het belang van gezamenlijke verantwoordelijkheid. Omdat uitingen over bevolkingsgroepen zich verplaatsen tussen de drie onderzochte domeinen, vraagt het tegengaan van normalisering van discriminatie om inzet van alle betrokken partijen. Sociale mediaplatforms hebben hierin een belangrijke rol door effectieve moderatie, transparantie, toegankelijkheid van data en naleving van wettelijke verplichtingen. Toezichhouders hebben daarbij een duidelijke verantwoordelijkheid om actief en strikt toe te zien op de naleving van deze verplichtingen.

Politici dragen verantwoordelijkheid voor de maatschappelijke impact van hun woorden, die aantoonbaar doorwerken in andere domeinen. Landelijke kranten vervullen een cruciale rol door uitingen kritisch te blijven duiden en in context te blijven plaatsen. Tot slot acht de staatscommissie duidelijke normstelling van belang, zowel door gebruikers van sociale media als door politici, en in het bijzonder door de bewindspersonen van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties als hoeders van grondrechten, om stigmatisering te begrenzen en verdere normalisering van discriminatie in het publieke debat te voorkomen.

1. Walz, G., & Fiere, B. (2025). Discriminatiecijfers in 2024. Rotterdam: Art. 1. www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2025/04/02/rapport-discriminatiecijfers-in-2024.
2. Staatscommissie tegen Discriminatie en Racisme (2023). Aard, omvang en oorzaken van discriminatie en racisme in Nederland: eerste inzichten en vervolg. Den Haag: Staatscommissie tegen Discriminatie en Racisme.
3. Arends, J., Derksen, E. & Morren, M. (2025). Online veiligheid en criminaliteit 2024. Den Haag: Centraal Bureau voor de Statistiek. www.cbs.nl/nl-nl/longread/rapportages/2025/online-veiligheid-en-criminaliteit-2024/8-online-discriminatie
4. Keum, B. T., & Miller, M. J. (2017). Racism in digital era: Development and initial validation of the Perceived Online Racism Scale (PORS v1. 0). Journal of Counseling Psychology, 64(3), 310.
5. Verloove, J., Kros, K., Yenga, M., & Does, S. (2024). Ervaren online haatspraak en discriminatie door jongeren: Een kwalitatieve en kwantitatieve verkenning. Utrecht: Kennisplatform Inclusief Samenleven. www.kis.nl/sites/default/files/2024-06/Ervaren_online_haatspraak_en_discriminatie_door_jongeren.pdf
6. Rijksoverheid (2025). Plan van aanpak online discriminatie. Den Haag: Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, Ministerie van Justitie en Veiligheid, Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid. www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2025/07/02/plan-van-aanpak-online-discriminatie

1. Introductie

1.1 Aanleiding

Discriminatie vormt een hardnekkig en groeiend probleem in Nederland. In 2024 verdubbelde het aantal meldingen van discriminatie bij antidiscriminatievoorzieningen ten opzichte van het jaar daarvoor.¹ De meldingen gaan over verschillende maatschappelijke terreinen, zoals discriminatie door gemeentelijke instanties, op de arbeidsmarkt, in uitspraken van politici, en in nieuwsberichten. Deze recente cijfers sluiten aan bij de conclusies die de Staatscommissie tegen Discriminatie en Racisme trok in de eerste voortgangsrapportage: discriminatie is een structureel probleem dat op alle maatschappelijke terreinen voorkomt.²

Naast deze offline vormen van discriminatie blijkt ook online discriminatie duidelijk in opmars. Uit recent onderzoek van het Centraal Bureau voor de Statistiek blijkt dat het aandeel inwoners dat online discriminatie heeft ervaren is verdubbeld, van twee procent in 2022 naar vier procent in 2024.³ Voor verschillende bevolkingsgroepen liggen deze percentages een stuk hoger dan gemiddeld. Zo heeft 30 procent van de Joodse bevolking, 15 procent van de moslims en 13 procent van de mensen met een herkomst buiten Europa online discriminatie ervaren. Ook onder biseksuele vrouwen en homoseksuele mannen liggen deze percentages aanzienlijk hoger dan gemiddeld. Daarnaast geeft 53 procent van de bevolking aan online discriminatie te hebben gezien, wat laat zien hoe wijdverbreid dergelijke uitingen zijn.

Personen die zelf doelwit zijn van online discriminatie rapporteren vaker een slechtere mentale gezondheid.

Online discriminatie blijft bovendien niet beperkt tot het online domein, maar heeft ook gevolgen in het dagelijks leven. Personen die zelf doelwit zijn van online discriminatie rapporteren vaker een slechtere mentale gezondheid.⁴ Jongeren die online discriminatie ervaren voelen zich vaker machteloos en minder veilig in hun dagelijks (offline) leven.⁵ Daarmee grijpt online discriminatie diep in het welzijn van mensen.

De toename van online discriminatie en de impact ervan op het welzijn van mensen benadrukken het belang om beter te begrijpen hoe discriminatie zich verspreidt, ook tussen offline en online werelden. Ook de Rijksoverheid heeft recent benadrukt dat het essentieel is om de wisselwerking tussen de online en offlinewereld te onderzoeken.⁶

In dat licht richt de staatscommissie zich in deze publicatie op de wisselwerking tussen drie centrale domeinen van het publieke debat:

sociale media, de politici en landelijke kranten. Door te onderzoeken hoe (discriminerende) uitingen over bevolkingsgroepen zich tussen deze domeinen verplaatsen en elkaar beïnvloeden, geeft deze rapportage invulling aan de bredere oproep om de relatie tussen online en offline dynamieken in kaart te brengen. Inzicht in deze relatie is nodig om discriminatie effectiever te kunnen voorkomen en bestrijden.

Kader 1. Discriminerende uitingen

In deze rapportage wordt onderscheid gemaakt tussen:

- uitingen over bevolkingsgroepen (zonder daarbij te kijken of deze uitingen discriminerend zijn);
- het sentiment van uitingen over bevolkingsgroepen;
- discriminerende uitingen.

Met uitingen over bevolkingsgroepen wordt bedoeld dat wordt gekeken hoe vaak bevolkingsgroepen worden genoemd door politici, in landelijke kranten of op sociale media. Wanneer daarbij wordt gesproken over het sentiment van deze uitingen, gaat het om de emotionele lading van de tekst waarin deze uitingen voorkomen. Dat kan positief, neutraal of negatief zijn. Deze analyses zeggen nog niets over de vraag of uitingen discriminerend zijn.

Daarnaast wordt specifiek gekeken naar discriminerende uitingen. Daarmee worden negatieve of vijandige uitingen over bevolkingsgroepen bedoeld, in dit geval gedaan door politici, in landelijke kranten en op sociale media. Deze uitingen kunnen zich richten op gronden zoals genoemd in artikel 1 Grondwet, maar niet beperkt tot deze gronden, zoals ook in de Grondwet is vastgelegd. Discriminerende uitingen kunnen dus gericht zijn tegen verschillende bevolkingsgroepen, bijvoorbeeld tegen mensen vanwege hun seksuele oriëntatie, religie, leeftijd, geslacht, beperking, of migratieachtergrond.

In hoofdstuk 2 van deze rapportage staat uitgebreider beschreven hoe uitingen als wel of niet discriminerend zijn beoordeeld.

7. Noorman, M.A.J., Zamanbin, M., Den Daas, C., & De Bie, K. (2025). *The Buzz on the Birds and Bees: A social media and newspaper discourse analysis of school-based sexual education in the Netherlands using topic modeling*. SocArXiv. doi.org/10.31235/osf.io/62jp3_v1

8. Hoe misinformatie de online haatmachine tegen de Week van de Lentekriebels op gang trok. (2023, 23 maart). Pointer (KRO-NCRV). pointer.kro-ncrv.nl/hoe-misinformatie-de-online-haatmachine-tegen-de-week-van-de-lente-kriebels-op-gang-trok

1.2 Wisselwerking tussen domeinen

Discriminerende uitingen over bevolkingsgroepen verschijnen op verschillende plekken in de publieke ruimte, zoals in de Tweede Kamer, in landelijke kranten en op sociale media. Deze domeinen staan niet los van elkaar. Het is een bekend verschijnsel dat media-aandacht over gebeurtenissen en online discussies geregeld aanleiding vormen voor politieke inbreng, en omgekeerd dat politieke uitspraken hun weg vinden naar kranten en sociale media. Politici, kranten en gebruikers van sociale media reageren op dezelfde gebeurtenissen en discussies, en beïnvloeden elkaar daarbij mogelijk.

Een voorbeeld hiervan is de discussie rondom de ‘Week van de Lentekriebels’. Onderzoek laat zien dat de ophef over dit lespakket, en de specifieke aandacht voor seksuele- en genderminderheden daarin, eerst ontstond op sociale media en in kranten.^{7,8} Daarna werd het onderwerp door politici geagendeerd in de Tweede Kamer. In dit geval verspreidde de discussie zich dus van sociale media en landelijke kranten naar de politiek. Er is geen analyse over hoe de daaropvolgende Kamerdiscussie weer is opgepikt door landelijke kranten of gebruikers van sociale media.

Dit voorbeeld maakt duidelijk dat sociale media en landelijke kranten invloed kunnen hebben op wat politici inbrengen in de Tweede Kamer. Tegelijkertijd is nog onvoldoende wetenschappelijk onderbouwd in hoeverre deze richting van invloed structureel is, en in hoeverre ook de omgekeerde richting voorkomt. In welke mate zetten Tweede Kamerleden zelf de toon, en in welke mate sluiten zij aan bij uitingen en discussies die al in kranten of op sociale media leven? Bestaand onderzoek laat vaak zien dat discriminerende uitingen of maatschappelijke discussies in bepaalde perioden toenemen, maar biedt weinig inzicht in hoe Tweede Kamerleden, landelijke kranten en sociale media elkaar onderling beïnvloeden.

In deze publicatie wordt beschreven hoe uitingen over bevolkingsgroepen zich verspreiden tussen Tweede Kamerleden, landelijke kranten en sociale media. Daarbij wordt op drie manieren naar deze uitingen gekeken: hoe er over bevolkingsgroepen wordt gesproken, wat de emotionele lading van die uitingen is, en hoe vaak er discriminerende uitingen worden gedaan. Zo wil de staatscommissie inzichtelijk maken hoe deze drie partijen elkaar kunnen versterken in het ontstaan en voortbestaan van een maatschappelijk klimaat waarin discriminatie wordt genormaliseerd.

Het in deze publicatie beschreven onderzoek is uitgevoerd door João Fonseca, Gossa Lô, Erman Acar en Fernando Santos van de Universiteit van Amsterdam, in opdracht van de staatscommissie. De staatscommissie heeft de onderzoeksvragen geformuleerd en de onderzoekers gevraagd deze door middel van wetenschappelijk onderzoek te beantwoorden. De methodologische verantwoording, gebruikte data, analysetechnieken en statistische resultaten zijn opgenomen in een afzonderlijk, Engelstalig achtergrondartikel van de onderzoekers, dat als zelfstandige publicatie beschikbaar is via de website van de staatscommissie en van de Universiteit van Amsterdam.⁹

In de voorliggende rapportage hebben wij de belangrijkste bevindingen uit dat onderzoek samengevat en geduid. De interpretatie van deze bevindingen, evenals de conclusies en oproepen die in deze publicatie worden gedaan, zijn voor rekening van de staatscommissie.

9. Fonseca, J.N.B., Lô, A.G., Acar, E., & Santos, F.P. (2026). *The Interplay between Media, Politics, and Online Behaviour: Measuring the Dynamics of Discriminatory Climates*. SIAS Research Group, University of Amsterdam. hdl.handle.net/11245.1/75d53958-8b09-496d-bf0e-c859510423a0

1.3 Onderzoeksvragen

Om de wisselwerking tussen politici, landelijke kranten en reacties op sociale media beter te begrijpen, is het onderzoek opgebouwd langs vier onderzoeksvragen. Deze helpen stap voor stap inzichtelijk te maken hoe de invloeden tussen de drie domeinen verlopen.

Stap 1. Om te kunnen onderzoeken hoe deze verspreiding tussen de drie domeinen en wederzijdse invloeden plaatsvinden, moet eerst zichtbaar worden wanneer er überhaupt over bevolkingsgroepen wordt gesproken. De eerste stap richt zich daarom op het detecteren van deze uitingen.

Hier staat de volgende vraag centraal: Hoe kunnen (discriminerende) uitingen over bevolkingsgroepen door politici in de Tweede Kamer, landelijke kranten en sociale media worden gedetecteerd en bruikbaar gemaakt voor statistische analyses?

Als eenmaal duidelijk is hoe vaak en wanneer er in elk domein over bevolkingsgroepen wordt gesproken, kan worden onderzocht hoe deze uitingen zich over de tijd tot elkaar verhouden. Daarmee komen we bij de tweede stap.

Stap 2. Er bestaan al verschillende onderzoeken die een samenhang tonen tussen uitingen in de politiek en media.¹⁰ Samenhang vertelt echter nog niet wie nu eigenlijk wie beïnvloedt.

De tweede vraag luidt: Is er sprake van invloed in de frequentie van uitingen over bevolkingsgroepen tussen Tweede Kamerleden, in landelijke kranten en op sociale media? Zo ja, in welke richting verloopt die invloed?

Stap 3. Dat er over een groep gesproken wordt, betekent niet automatisch dat dit negatief is. Frequentie alleen zegt dus niet genoeg. Woorden als ‘moslims’, ‘Joden’ of ‘Surinamers’ kunnen positief, neutraal, maar ook in negatieve zin worden gebruikt. Om te bepalen of uitingen daadwerkelijk bijdragen aan een negatief klimaat, kijken we naar de emotionele lading (sentiment) en de context.

De derde vraag is daarom: Is er sprake van invloed in het sentiment van de uitingen over bevolkingsgroepen tussen Tweede Kamerleden, in landelijke kranten, en sociale media? Zo ja, in welke richting verloopt deze invloed?

Stap 4. Frequentie en sentiment vangen niet altijd de subtiele vormen van discriminatie, zoals beschreven in het concept ‘ervaren discriminatie’ (zie: kader 2). Door gebruik te maken van het semantisch begrip van *Large Language Models* (LLM’s) kunnen uitingen beter binnen hun context worden geclassificeerd. Hierdoor kan daadwerkelijk geclassificeerd worden of het over discriminerende uitingen gaat.

De vierde vraag richt zich hierop: Is er sprake van invloed in de frequentie van discriminerende uitingen over bevolkingsgroepen, zoals geïdentificeerd via analyse met *Large Language Models* (LLM’s), tussen Tweede Kamerleden, in landelijke kranten, en op sociale media? Zo ja, in welke richting verloopt die invloed?

10. Van Atteveltdt, W., Roozendaal, W., Ruigrok, N., De Vries, K., Van der Velden, M., Busuioc, M., & Guldmond, P. (2024). *Tussen Ambitie en Uitvoering: Een contextanalyse van de dynamiek tussen media, politiek en beleid bij de totstandkoming en uitvoering van dertig jaar sociale zekerheid*. Vrije Universiteit Amsterdam. www.tweedekamer.nl/kamerstukken/detail/detail?id=2024D06759&-did=2024D06759.

2. Uitingen detecteren

De eerste onderzoeksvraag richt zich op het detecteren van (discriminerende) uitingen en het gereedmaken van data voor analyses. Dit is nodig om de verspreiding en de wederzijdse invloed tussen Tweede Kamerleden, landelijke kranten, en sociale media te kunnen analyseren.

2.1 Data en bronnen

Om discriminerende uitingen in de drie domeinen te kunnen detecteren hebben de onderzoekers van de Universiteit van Amsterdam grote hoeveelheden tekstdata verzameld uit drie soorten bronnen, die de periode van 2014 tot en met 2024 beslaan.

1. Tweede Kamer: Om de rol van Tweede Kamerleden te onderzoeken zijn transcripten gebruikt van 867.752 toespraken en interrupties in de Tweede Kamer. Deze zijn openbaar te vinden op officielebekendmakingen.nl.¹¹
2. Landelijke kranten: Om de rol van landelijke kranten te onderzoeken zijn 1.555.611 teksten verzameld uit Nederlandse kranten. Deze teksten zijn afkomstig van de nieuwswebsites en de abonnementsgebonden e-paper versies. Het gaat om artikelen van NRC, het FD, NOS, AD, Trouw, NU.nl, de Telegraaf en de Volkskrant.
3. Sociale media: Om de rol van sociale media te analyseren zijn 2.702.248 opmerkingen op YouTube verzameld. Dit zijn alle opmerkingen die geplaatst zijn onder alle video's van vier kanalen, namelijk De Telegraaf, NOS, NOS Jeugdjournaal, en NU.nl.¹²

De keuze om voor het domein van sociale media uitsluitend YouTube-reacties te verzamelen en te analyseren is zowel wetenschappelijk als praktisch gemotiveerd. Eerder wetenschappelijk onderzoek heeft laten zien dat analyses van YouTube-reacties geschikt zijn om online haat en polarisatie te bestuderen en tot nieuwe inzichten kunnen leiden.^{13,14} Praktisch gezien is de toegang tot gegevens van andere sociale mediaplatforms, zoals reacties of berichten van gebruikers, sterk beperkt of niet mogelijk. De onderzoekers van de Universiteit van Amsterdam konden daarentegen zonder extra kosten reacties van YouTube verzamelen.

2.2 Uitingen bruikbaar maken voor analyses

Om discriminerende opmerkingen in deze data te vinden, is een gestructureerd stappenplan ontwikkeld (een zogenoemde *analyse-pipeline*). Hierin wordt de tekst voorbereid en omgezet in cijfers, zodat statistische berekeningen mogelijk worden. Een uitgebreide uitleg van deze methoden, die vooral wetenschappelijk van belang zijn, staat in het achtergrondartikel.

Hieronder beschrijven we de drie methoden die zijn gecombineerd om tot een betrouwbaar beeld te komen van uitingen over bevolkingsgroepen door Tweede Kamerleden, landelijke kranten, en in YouTube-reacties.

11. Er is gebruik gemaakt van de open-source scraper van de DemocratieMonitor, te vinden op: github.com/DemocratieMonitor/TK-scraper
12. YouTube Shorts zijn hier niet in meegenomen.
13. Cinelli, M., Pelicon, A., Mozetič, I., Quattrocioni, W., Novak, P. K., & Zollo, F. (2021). Dynamics of online hate and misinformation. *Scientific Reports*, 11(1). doi.org/10.1038/s41598-021-01487-w
14. Ottoni, R., Cunha, E., Magno, G., Bernardina, P., Meira, W., Jr, & Almeida, V. (2018). Analyzing Right-wing YouTube Channels. *Proceedings of the 10th ACM Conference on Web Science (WebSci '18)*, 323-332. doi.org/10.1145/3201064.3201081

15. Van Atteveldt, W., Roozendaal, W., Ruigrok, N., De Vries, K., Van der Velden, M., Busuioc, M., & Guldmond, P. (2024). *Tussen Ambitie en Uitvoering: Een contextanalyse van de dynamiek tussen media, politiek en beleid bij de totstandkoming en uitvoering van dertig jaar sociale zekerheid*. Vrije Universiteit Amsterdam. www.tweedekamer.nl/kamerstukken/detail?detail?id=2024D06759&-did=2024D06759

16. Utrecht Data School. (2023). *Spelen met vuur*. Universiteit Utrecht. dataschool.nl/2023/10/06/spelen-met-vuur/

17. Walz, G., & Fiere, B. (2025). *Discriminatiecijfers in 2024*. Rotterdam: Art. 1. www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2025/04/02/rapport-discriminatiecijfers-in-2024.

18. Hoewel in de publicatie *Discriminatiecijfers* ook de discriminatiegrond godsdienst wordt onderscheiden, is in dit onderzoek gekozen om specifiek te kijken naar uitingen over 'Joden' en 'moslims' in plaats van een bredere discriminatiegrond 'godsdienst'. De onderzoekers constateerden namelijk dat uitingen die betrekking hebben op godsdienst vooral gingen over deze twee bevolkingsgroepen. Door 'Joden' en 'moslims' afzonderlijk te onderscheiden, kan gerichter worden onderzocht hoe vaak en op welke manier over deze groepen wordt gesproken.

2.2.1 Zoekwoordenanalyse

De eerste methode is een zoekwoordenanalyse. Hierbij wordt geteld hoe vaak woorden voorkomen die verwijzen naar specifieke bevolkingsgroepen. Deze aanpak wordt veel gebruikt in wetenschappelijk onderzoek om grote hoeveelheden tekst over langere tijd en tussen verschillende domeinen met elkaar te vergelijken.^{15, 16}

Op basis van de discriminatiegronden die gehanteerd worden in de jaarlijkse publicatie *Discriminatiecijfers*¹⁷ zijn lijsten met zoekwoorden samengesteld die verwijzen naar de volgende discriminatiegronden of bevolkingsgroepen:¹⁸

Bevolkingsgroepen:

- Joden
- moslims

Discriminatiegronden:

- herkomst
- seksuele oriëntatie
- geslacht
- beperking
- leeftijd

In het vervolg van deze rapportage wordt verwezen naar uitingen over bevolkingsgroepen, zoals 'Joden' en 'moslims', maar ook naar uitingen over bredere gronden waarop discriminatie kan plaatsvinden, zoals 'seksuele oriëntatie' en 'geslacht'. De verzamelterm 'uitingen over bevolkingsgroepen' wordt gebruikt om de leesbaarheid te vergroten en om verschillende typen uitingen eenduidig te kunnen beschrijven.

Per bevolkingsgroep is een lijst met zoekwoorden samengesteld die vaak voorkomen in uitingen over de betreffende groep. Zo bevat de bevolkingsgroep 'Joden' bijvoorbeeld woorden als 'jood' en 'keppeltje', de bevolkingsgroep 'moslims' woorden als 'sharia', 'kopvod' en 'moslim', de grond 'geslacht' woorden als 'slet', en 'eikel', en de grond 'herkomst' woorden als 'zigeuner', 'asielzoeker' en 'Turk'. De volledige zoekwoordenlijsten staan in het achtergrondartikel.

Het is belangrijk om te benadrukken dat het gebruik van sommige van deze woorden niet per definitie discriminerend is. Hoewel woorden als 'kopvod' of 'slet' duidelijk voldoen aan onze definitie van discriminerende uitingen (een negatieve of vijandige uiting over bepaalde bevolkingsgroepen op basis van identiteit), geldt dat niet voor neutrale termen als 'Jood' of 'asielzoeker'. Omdat de zoekwoordenanalyse slechts de aanwezigheid van deze woorden detecteert, spreken we bij analyses met deze methode over 'uitingen over bevolkingsgroepen' in plaats van direct over discriminerende uitingen.

In dit onderzoek is niet geteld hoeveel uitingen over bevolkingsgroepen er precies werden gedaan, maar in hoeveel teksten er minstens één woord uit een zoekwoordenlijst voorkomt. Een tekst kan bijvoorbeeld een toespraak of interruptie in de Tweede Kamer zijn, een artikel in een landelijke krant of

een YouTube-opmerking. Er wordt dus niet gekeken naar het totale aantal woorden of verwijzingen, maar naar het aandeel teksten per dag (of week) waarin een verwijzing naar een bevolkingsgroep voorkomt.

Een voorbeeld: als er op een bepaalde dag 200 toespraken en interrupties in de Tweede Kamer zijn, en in 20 daarvan komt minimaal één woord voor dat verwijst naar 'seksuele oriëntatie', dan is de dagelijkse frequentie voor die grond $20/200 = 0,10$. Dat betekent dat op die dag tien procent van de Kamerbijdragen een verwijzing naar 'seksuele oriëntatie' bevatte. Op dezelfde manier wordt voor elke discriminatiegrond berekend welk aandeel teksten uit de Tweede Kamer, landelijke kranten en YouTube-reacties een verwijzing bevat.

Door deze frequenties over de tijd te volgen voor de drie bronnen (Tweede Kamerleden, landelijke kranten en YouTube-reacties) kan worden onderzocht hoe vaak en wanneer er over deze gronden en bevolkingsgroepen wordt gesproken in elk domein.

Het is daarbij belangrijk om te benadrukken dat deze methode alleen laat zien dat er uitingen over bevolkingsgroepen zijn, maar niet of deze uitingen positief of negatief zijn. Daarom zegt de frequentie op zichzelf nog niets over het sentiment. Dit komt in een volgende stap, met de sentimentanalyse.

2.2.2 Sentimentanalyse

De tweede methode richt zich op het sentiment, of de emotionele lading, van de tekst. Met behulp van een *machine learning-model* dat Nederlandse teksten analyseert, is bepaald of het sentiment van een tekst negatief, neutraal of positief is.¹⁹

Voorbeelden van hoe het model sentiment classificeert zijn:

- Negatief: 'mensen uit islamitische landen horen niet thuis in een seculaire samenleving'.
- Neutraal: 'haat voor Joden veroorzaakt aan beide kanten altijd zoveel lijden in de wereld'.
- Positief: 'mijn grootouders hebben Joden onder laten duiken'.

De sentimentanalyse geeft samen met de resultaten van de zoekwoordanalyse meer duidelijkheid over de aard van de uitingen. Wanneer een toename in de frequentie van uitingen over een bevolkingsgroep samenvalt met een sterk negatief sentiment, wordt de waarschijnlijkheid dat het om discriminerende uitingen gaat aanzienlijk groter. Toch blijft dit een indirecte meting. Om met meer zekerheid vast te stellen of er daadwerkelijk sprake is van discriminatie zijn grote taalmodellen ingezet.

2.2.3 Analyse met grote taalmodellen (LLM's)

De derde methode maakt gebruik van *Large Language Models* (LLM's). Dit zijn geavanceerde computermodellen die teksten kunnen begrijpen en beoordelen. Een bekend voorbeeld is ChatGPT, maar voor dit onderzoek is gebruikgemaakt van Mistral AI (*Mistral Medium 2*, v.2508).

19. [huggingface.co/
tabularisai/multilingu-
al-sentiment-analysis](https://huggingface.co/tabularisai/multilingual-sentiment-analysis)

Het voordeel van LLM's is dat ze niet alleen woorden herkennen die precies voorkomen in de zoekwoordenlijst, maar ook meer impliciete verwijzingen naar bevolkingsgroepen herkennen en kunnen beoordelen of het om discriminerende uitingen gaat.

Om het model dit te laten doen, krijgt het een zogenaamde *prompt*: een korte instructie waarin staat wat het moet herkennen.

In dit onderzoek kreeg Mistral AI de volgende instructies:

1. dat het model optreedt als expert in het herkennen van discriminatie in teksten;
2. een korte uitleg over wat discriminatie is, volgens de definitie zoals beschreven in het tekstkader hieronder;
3. de lijst met discriminatiegronden waarop gelet moet worden;
4. voorbeelden van teksten die wel of juist niet discriminerend zijn.

Daarna kreeg het model telkens nieuwe teksten om te beoordelen.

Kader 2. Definitie discriminatie en racisme voor LLM

Hieronder staan de definities van discriminatie en racisme die de staatscommissie in een eerdere rapportage heeft beschreven.²⁰ Deze definities zijn door het LLM gebruikt om uitingen als wel of niet discriminerend te beoordelen:

Discriminatie is het maken van onderscheid dat op enigerlei wijze krenkend is of een ongerechtvaardigd nadeel oplevert, of zodanig is dat de benadeelde niet als gelijkwaardig mens wordt gezien.²¹

Hieronder valt:

- **Ervaren discriminatie:** de interpretatie van een meegemaakt incident als discriminatie, waarbij een als onrechtvaardig ervaren uitkomst of verloop van een meegemaakt voorval wordt gerelateerd aan een (vermeende) negatieve houding over de groep waartoe het individu wordt gerekend.
- **Institutionele discriminatie:** het verschijnsel dat processen, beleid of (geschreven en ongeschreven) regels van organisaties leiden tot structurele discriminatie op een bepaald (identiteits) kenmerk. Institutionele discriminatie is een verschijnsel dat wordt gekenmerkt door het discriminerende effect of resultaat.
- **Racisme:** een theorie, idee of opvatting, met als inhoud een onderverdeling van mensen in groepen op basis van een verondersteld ras, waarbij een of meer groepen als superieur en/of als minderwaardig worden beschouwd. Het gaat hierbij vrijwel steeds om uiterlijke kenmerken zoals huidskleur en haartype, maar soms ook om culturele aspecten van 'ras' of etniciteit, of om (nationale) herkomst of migratieachtergrond.
- Naast racisme zijn er ook andere 'ismen'. Zo gaat het bijvoorbeeld in geval van seksisme om sekse/geslacht/gender, in geval van heteroseksisme om seksuele oriëntatie, etc.

20. Staatscommissie tegen Discriminatie en Racisme (2023). Aard, omvang en oorzaken van discriminatie en racisme in Nederland: eerste inzichten en vervolg. Den Haag: Staatscommissie tegen Discriminatie en Racisme.

21. Parlementaire onderzoekscommissie effectiviteit antidiscriminatiewetgeving (POC) (2022). *Gelijk recht doen. Een parlementair onderzoek naar de mogelijkheden van de wetgever om discriminatie tegen te gaan*. Den Haag: Eerste Kamer der Staten-Generaal. www.eerstekamer.nl/overig/20220614/hoofdrapport_ge-lijk_recht_doen_een/meta

Volgens de gegeven definitie is het benoemen van kenmerken van individuen of groepen, of het maken van onderscheid daartussen, niet automatisch discriminerend. Een uitspraak zoals 'Zwarte mensen moeten dezelfde rechten en kansen hebben als iedereen' is bijvoorbeeld niet discriminerend. Een uitspraak als 'Die Afrikanen moeten allemaal het land uit' is dat wél.

2.2.4 Samenvatting

Op de vraag "Hoe kunnen (discriminerende) uitingen over bevolkingsgroepen door Tweede Kamerleden, landelijke kranten en sociale media worden gedetecteerd en bruikbaar gemaakt voor statistische analyses?" is het antwoord: door een combinatie van drie methoden.

Discriminatie is het maken van onderscheid dat op enigerlei wijze krenkend is, waardoor de benadeelde niet als gelijkwaardig mens wordt gezien.

Door zowel zoekwoordenanalyse, sentimentanalyse als LLM-analyse te gebruiken worden er drie methoden gebruikt om tekst om te zetten in cijfers voor statistische analyses. In de eerste methode wordt gekeken naar de frequentie waarmee bevolkingsgroepen worden genoemd, waarbij in de tweede methode het sentiment van uitingen wordt bepaald. Samen geven zij een sterke indicatie van de aanwezigheid van negatieve uitingen, welke kunnen wijzen op discriminerende uitingen. Door deze tekstuele data om te zetten in cijfers, wordt zichtbaar wanneer en met welk sentiment er over specifieke groepen wordt gesproken.

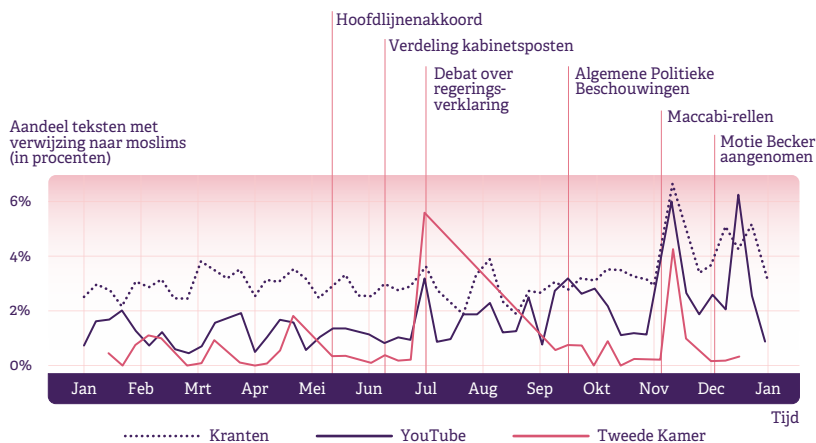
De toevoeging van de LLM-analyse zorgt vervolgens voor de noodzakelijke verdieping. Doordat deze methode de volledige context van een uiting meeweegt, kan directer worden vastgesteld of deze daadwerkelijk als discriminatie te kwalificeren is. Samen vormen deze methoden een beter beeld en leggen ze de basis voor de beantwoording van de overige onderzoeksvragen.

3. Analyses: richtingen van invloed

3.1 Observaties uit de data

De onderstaande figuren geven een eerste, visuele indruk van hoe vaak er door Tweede Kamerleden, in landelijke kranten en in YouTube-reacties over bevolkingsgroepen wordt gesproken en hoe dit zich over de tijd ontwikkelt. Deze beschrijvende analyses zijn relevant omdat zij laten zien wanneer pieken optreden, in welke domeinen deze zichtbaar zijn en of veranderingen tijdelijk of structureel lijken. Daarmee bieden de analyses context voor de statistische analyses die volgen en helpen zij om de gevonden wisselwerkingen beter te duiden.

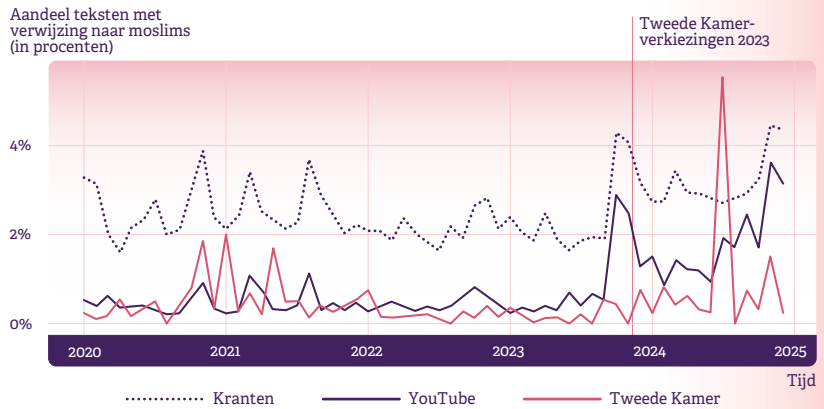
Figuur 3.1 laat op grond van het uitgevoerde onderzoek zien hoe vaak uitingen over 'moslims' voorkwamen in 2024 in de Tweede Kamer, landelijke kranten en YouTube-reacties. Zo is te zien dat in januari 2024 ongeveer 1% van de YouTube-reacties in de dataset een verwijzing naar moslims bevatte. Na de Maccabi-rellen en het aannemen van de motie-Becker in de Tweede Kamer, waarin werd gevraagd om gegevens over culturele en religieuze normen en waarden van Nederlanders met een migratieachtergrond bij te houden, liep dit aandeel op tot circa 6% van de YouTube-reacties. Deze pieken vallen soms samen met gelijktijdige stijgingen in uitingen in kranten en door Tweede Kamerleden. Dit suggereert dat gebeurtenissen niet geïsoleerd binnen één domein worden besproken, maar doorwerken in uitingen van politici, in kranten en op sociale media.



Figuur 3.1. Aandeel teksten met verwijzingen naar moslims in 2024

Figuur 3.2 toont de ontwikkeling van het aandeel uitingen over 'moslims' over een langere periode, van 2020 tot en met begin 2025. Deze figuur laat zien dat het aandeel uitingen sinds de Tweede Kamerverkiezingen van 2023 duidelijk is toegenomen en daarna op een structureel hoger

niveau is gebleven. Dit wijst erop dat de toename niet slechts het gevolg is van incidentele gebeurtenissen, maar onderdeel lijkt te zijn van een bredere en langdurigere verschuiving in het publieke debat.



Figuur 3.2. Aandeel teksten met verwijzingen naar moslims tussen 2020–2025

Gezamenlijk laten deze figuren zien dat uitingen over ‘moslims’ in alle drie de domeinen toenemen na bepaalde gebeurtenissen, en dat deze toename deels structureel lijkt te zijn. Wat hiermee nog niet duidelijk wordt, is hoe uitingen in de Tweede Kamer, landelijke kranten en sociale media elkaar beïnvloeden. Analyses over deze wisselwerking worden in het volgende deel besproken.

3.2 Richtingen van invloed

Om de richting van invloed tussen Tweede Kamerleden, landelijke kranten, en sociale media te analyseren, zijn Granger-causaliteitsanalyses uitgevoerd.²² Deze statistische methode is nodig om de resterende onderzoeksvragen te beantwoorden.

Met deze methode kunnen de onderzoekers analyseren of veranderingen in het aandeel teksten met (discriminerende) uitingen over bevolkingsgroepen in het ene domein (bijvoorbeeld Tweede Kamerleden) vaak voorafgaan aan vergelijkbare veranderingen in een ander domein (bijvoorbeeld sociale media).

De analyses in dit hoofdstuk zijn uitgevoerd met data waarin alle discriminatiegronden samen zijn genomen. In hoofdstuk 4 worden verdiepende analyses besproken, waarbij er wordt gekeken in hoeverre de wisselwerking tussen de drie domeinen verschilt per bevolkingsgroep. Daarnaast wordt in hoofdstuk 4 ook besproken of veranderingen in de mate waarop verschillende politieke partijen vermeld worden in landelijke kranten samengaan met veranderingen in discriminerende uitingen in YouTube-reacties.

De analyses worden altijd uitgevoerd op de drie verschillende datasets die zijn ontstaan uit de methoden: de zoekwoordendata (hoe vaak worden bevolkingsgroepen genoemd, oftewel frequentie), de sentimentdata (emotionele lading), en de LLM-data (discriminerende uitingen).

²². In het achtergrondartikel zijn deze analyses in meer detail beschreven hdl.handle.net/11245.1/75d53958-8b09-496d-bf0e-c859510423a0.

3.2.1 Uitleg over Granger-causaliteitsanalyses

Granger-causaliteitsanalyses zijn statistische methoden die onderzoeken of veranderingen in het ene domein helpen voorspellen wat er later gebeurt in een ander domein.

In dit onderzoek wordt bijvoorbeeld bekeken of veranderingen in het aandeel uitingen over bevolkingsgroepen in de Tweede Kamer vaak voorafgaan aan vergelijkbare veranderingen in landelijke kranten of YouTube-reacties. Het gaat hierbij in eerste instantie nadrukkelijk om de frequentie van verwijzingen naar bevolkingsgroepen, ongeacht of deze verwijzingen een positief, neutraal of negatief sentiment hebben.

Hiermee kunnen we bijvoorbeeld onderzoeken of een week met meer uitingen over 'Joden' in de Tweede Kamer vaak gevolgd wordt door een week waarin nieuwsartikelen of YouTube-reacties ook vaker uitingen over 'Joden' bevatten. Hoe vaker dit patroon voorkomt, hoe sterker de aanwijzingen dat er sprake is van een richting van invloed van de Tweede Kamer naar landelijke kranten of sociale media.

De analyse bekijkt dit verband ook in omgekeerde richting. Zo kunnen we bijvoorbeeld onderzoeken of een toename in uitingen over 'moslims' in YouTube-reacties voorafgaat aan een toename van zulke uitingen in landelijke kranten of in de Tweede Kamer. Dit laat zien dat invloed niet één kant op hoeft te gaan. Er kan sprake zijn van een wederkerige of versterkende wisselwerking, waarbij veranderingen in één domein doorwerken in een ander domein en vervolgens weer terugvloeien. Een toename in uitingen in de Tweede Kamer kan leiden tot meer uitingen op sociale media, terwijl die online reacties later weer invloed hebben op wat er in de Kamer wordt gezegd.

Het is belangrijk om deze resultaten voorzichtig te interpreteren. Granger-causaliteit zegt namelijk niets over de echte oorzaak van een verband. De methode laat alleen zien of veranderingen in het ene domein beter te voorspellen zijn wanneer je kijkt naar wat er eerder in een ander domein gebeurde. Het gaat dus om voorspelbaarheid, niet om bewezen oorzakelijkheid.

Een voorbeeld om dit te verduidelijken: regenbuien worden vaak gevolgd door meer filemeldingen. Als je gegevens over langere tijd bekijkt, kun je met regen behoorlijk goed voorspellen wanneer er later files zullen ontstaan. Granger-causaliteit zou dan zeggen dat regen "invloed" heeft op filevorming, omdat regen helpt om files te voorspellen. Maar regen is niet noodzakelijk de enige of echte oorzaak. Slecht zicht, werkzaamheden, drukte of ongelukken op de weg kunnen tegelijkertijd een rol spelen. De analyse toont dus een patroon in volgorde, maar zegt niets over de onderliggende oorzaken.

Granger-causaliteit is daarom vooral een waardevolle eerste stap in het onderzoek. Het helpt te ontdekken waar er relaties zijn die nader onderzoek verdienen. Als twee domeinen elkaar steeds opnieuw voorspellen, is dat een sterke aanwijzing dat er een betekenisvolle wisselwerking bestaat, ook al weten we nog niet precies welke mechanismen daaronder liggen.

3.3 Resultaten over de wisselwerking

Uit de resultaten van de Granger-causaliteitsanalyses blijkt dat er een voortdurende, wederkerige wisselwerking bestaat tussen uitingen over bevolkingsgroepen van Tweede Kamerleden, landelijke kranten en YouTube-reacties. Hieronder bespreken we hoe deze drie domeinen elkaar beïnvloeden. In figuur 3.3 (zoekwoordendata), figuur 3.4 (sentimentdata) en figuur 3.5 (LLM-data) zijn de wisselwerkingen tussen deze domeinen weergegeven.

Kader 3. Uitleg over voorspellende waarden

Uit de Granger-causaliteitsanalyses komen cijfers die aangeven hoe sterk de aanwijzing is dat veranderingen in het ene domein voorspellend zijn voor latere veranderingen in een ander domein. Voor de leesbaarheid worden deze cijfers in deze rapportage ‘voorspellende waarden’ genoemd. Deze voorspellende waarden lopen van 0 tot 1:

- 0 betekent dat in geen van de onderzochte verbanden bewijs is gevonden dat veranderingen in het ene domein voorspellend zijn voor veranderingen in het andere domein.
- 1 betekent dat in alle onderzochte verbanden veranderingen in het ene domein voorafgaan aan vergelijkbare veranderingen in het andere domein.

In figuur 3.3 staat bijvoorbeeld een voorspellende waarde van 0.64 bij de richting van de Tweede Kamer naar YouTube-reacties. Dit betekent dat in 64 procent van de onderzochte verbanden veranderingen in uitingen in de Tweede Kamer voorafgingen aan vergelijkbare veranderingen in YouTube-reacties. Dus als het aandeel uitingen over bevolkingsgroepen in de Tweede Kamer in een periode toenam, dan was er in 64% van de gevallen in de periode daarna ook een toename van deze uitingen in YouTube-reacties.

Deze voorspellende waarden laten daarmee de sterkte zien van het patroon waarin uitingen over bevolkingsgroepen in verschillende domeinen elkaar beïnvloeden.

3.3.1 Invloed van Tweede Kamerleden

De sterkste richting van invloed loopt van de Tweede Kamer naar YouTube-reacties. Dit patroon is robuust en wordt door alle analysemethoden bevestigd. De analyse met zoekwoordendata liet zien dat veranderingen in de frequentie van uitingen over bevolkingsgroepen door Tweede Kamerleden vaak voorafgingen aan vergelijkbare veranderingen in YouTube-reacties (voorspellende waarde 0.52). Ook de analyses met sentimentdata (0.42) en LLM-data (0.57) laten vergelijkbare resultaten zien, waarbij veranderingen in zowel sentiment als discriminerende uitingen door Tweede Kamerleden vaak voorafgingen aan vergelijkbare veranderingen in YouTube-reacties. Dit bevestigt het beeld dat discriminerende uitspraken van Tweede Kamerleden een invloed hebben op online discriminatie.

Daarnaast blijkt dat veranderingen in de frequentie van uitingen door Tweede Kamerleden ook doorwerken in landelijke kranten (voorspellende waarde 0.46). Deze invloed is minder zichtbaar bij de analyse met sentimentdata (0.11). Dit kan samenhangen met de journalistieke taak van kranten om uitingen van Tweede Kamerleden op een neutrale manier weer te geven in hun berichtgeving. Uit analyse met LLM-data blijkt echter wel een duidelijkere invloed van Tweede Kamerleden op landelijke kranten (0.32). Dit betekent dat wanneer Tweede Kamerleden vaker discriminerende uitingen doen, in de periode daarna ook vaker teksten in kranten verschijnen waarin dergelijke uitingen voorkomen. De analyses zeggen niets over de precieze redenen hiervoor, maar een plausibele verklaring is dat kranten verslag doen van uitspraken van politici en daarbij de gebruikte bewoordingen of context overnemen.

3.3.2 Invloed van landelijke kranten

Hoewel de veranderingen in de frequentie van uitingen over bevolkingsgroepen in landelijke kranten ook voorafgaan aan veranderingen in YouTube-reacties (voorspellende waarde 0.26), lijkt het er niet op dat ze een invloed hebben op de frequentie van uitingen door Tweede Kamerleden (0.00). Ook de analyses met sentimentdata laten hier zwakke aanwijzingen voor een effect van landelijke kranten zien (0.09 richting YouTube-reacties, 0.11 richting Tweede Kamerleden).

Bij de analyses met LLM-data zijn de aanwijzingen voor de invloed van landelijke kranten op YouTube-reacties ook zwak (voorspellende waarde 0.12). Aanwijzingen voor de invloed van landelijke kranten op Tweede Kamerleden is hier vrijwel afwezig (0.02). Dit laat zien dat landelijke kranten geen duidelijke aanjagende rol spelen in het ontstaan of toenemen van discriminerende uitingen in de andere domeinen.

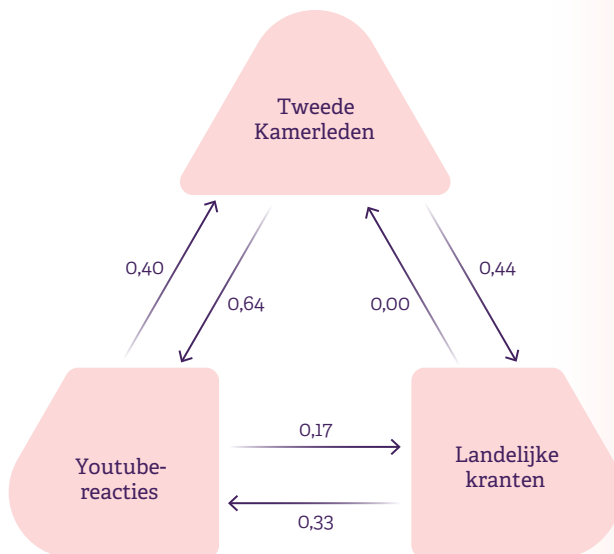
Tweede Kamerleden sluiten soms aan bij discussies die op sociale media spelen, vooral in de hoeveelheid aandacht voor bevolkingsgroepen.

3.3.3 Invloed van sociale media

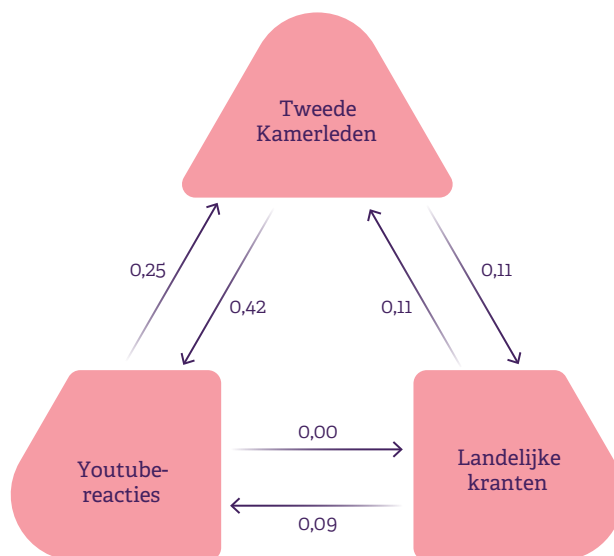
Uit de analyse met zoekwoordendata blijkt dat veranderingen in de frequentie van uitingen over bevolkingsgroepen op YouTube-reacties vaak voorafgaan aan vergelijkbare veranderingen in de Tweede Kamer (voorspellende waarde 0.32). Deze richting van invloed is ook te zien bij de analyse met sentimentdata (0.25), maar de aanwijzingen zijn een stuk zwakker bij de analyse met LLM-data (0.09). Dit suggereert dat Tweede Kamerleden soms aansluiten bij discussies die op sociale media spelen, vooral in de hoeveelheid aandacht voor bevolkingsgroepen en het

sentiment, en minder in termen van discriminerende uitingen. Dat vormt een omgekeerd patroon vergeleken met de eerdere bevindingen, waarin juist discriminerende uitingen door Tweede Kamerleden relatief sterk doorwerken in YouTube-reacties.

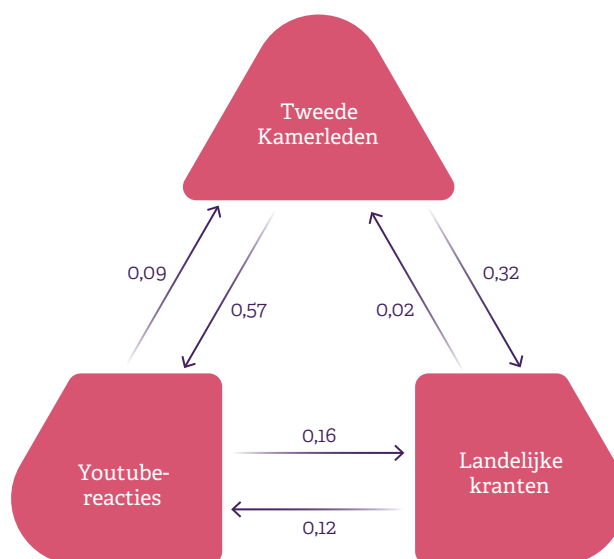
De aanwijzingen voor de invloed van YouTube-reacties op landelijke kranten zijn zwak bij alle analyses (zoekwoordenanalyse: 0.15, sentimentanalyse: 0.11, LLM-analyse: 0.16). Dit wijst erop dat kranten niet vaak verslag doen van discriminerende uitingen in YouTube-reacties.



Figuur 3.3. Voorspellende relaties tussen de frequentie van uitingen over bevolkingsgroepen door Tweede Kamerleden, in kranten en in YouTube-reacties. Noot: Hoe hoger de waarde, hoe sterker de aanwijzing voor de richting van invloed.



Figuur 3.4. Voorspellende relaties tussen het sentiment van uitingen over bevolkingsgroepen door Tweede Kamerleden, in kranten en in YouTube-reacties. Noot: Hoe hoger de waarde, hoe sterker de aanwijzing voor de richting van invloed.



Figuur 3.5. Voorspellende relaties tussen discriminerende uitingen over bevolkingsgroepen door Tweede Kamerleden, in kranten en in YouTube-reacties. Noot: Hoe hoger de waarde, hoe sterker de aanwijzing voor de richting van invloed.

3.3.4 Samenvatting wisselwerking

De resultaten wijzen op een voortdurende wisselwerking tussen de Tweede Kamer, landelijke kranten en sociale media. Het uitgevoerde onderzoek bevat sterke aanwijzingen dat discriminerende uitingen in het ene domein kunnen doorwerken in het andere, al verschilt de sterkte

van deze patronen per richting. Het meest consistente patroon is dat discriminerende uitingen van Tweede Kamerleden vaak doorwerken in zowel landelijke kranten als op sociale media. Daarnaast zijn er aanwijzingen dat uitingen over bevolkingsgroepen op sociale media de Kamerleden bereiken, al gaat het hierbij vooral om de frequentie en het sentiment, en minder om specifiek discriminerende uitingen. Landelijke kranten vervullen daarbij vooral een functie waarbij zij verslag doen van de uitspraken van Kamerleden. Er zijn nauwelijks aanwijzingen dat hun berichtgeving zelf leidt tot veranderingen in de uitingen van Kamerleden over bevolkingsgroepen.

Discriminerende uitingen van Tweede Kamerleden werken vaak door in zowel landelijke kranten als op sociale media.

Hoewel de analyses over de rol van sociale media zich beperken tot YouTube-reacties, is het aannemelijk dat vergelijkbare wisselwerkingen ook op andere platforms optreden. Op YouTube kunnen mensen vooral reageren op video's, in plaats van zelf een idee of mening in te brengen zonder dat het een reactie is op bestaande media. Platforms zoals X en Facebook zijn sterker ingericht op het plaatsen en verspreiden van korte berichten en op snelle, zichtbare interactie. Daardoor kunnen gebruikers sneller inspelen op uitingen door politici of in kranten, en kunnen andere gebruikers dit weer delen of erop reageren. Daarnaast is het aannemelijk dat politici en journalisten actiever berichten plaatsen op X en Facebook dan op YouTube, waardoor de wisselwerking tussen de drie domeinen daar mogelijk sterker is dan op YouTube.

4. Verdiepende analyses

De analyses in het vorige hoofdstuk zijn uitgevoerd op data waarin alle discriminatiegronden gezamenlijk zijn geanalyseerd. Daarmee zijn de onderzoeksvragen in hoofdlijnen beantwoord en is een algemeen beeld ontstaan van de wisselwerking tussen uitingen over bevolkingsgroepen in de Tweede Kamer, landelijke kranten en sociale media.

Naast deze kernanalyses bevat deze rapportage een aantal aanvullende analyses die verder ingaan op de aard van deze wisselwerking. Deze verdiepende analyses vallen niet direct onder de onderzoeksvragen, maar bouwen voort op de gevonden patronen en helpen om deze beter te begrijpen en te duiden. Als eerst bespreken we hoe snel veranderingen in het ene domein doorwerken in een ander. Als tweede bespreken we hoe de wisselwerking verschilt per discriminatiegrond. Als derde bespreken we hoe media-aandacht voor politieke partijen samenhangt met online (discriminerende) uitingen over bevolkingsgroepen.

4.1 Tijdsverloop van de wisselwerking

Naast de richting van invloed is onderzocht hoeveel tijd er zit tussen veranderingen in uitingen van Tweede Kamerleden, landelijke kranten en sociale media. Deze analyses laten zien of effecten vooral snel optreden of juist met vertraging zichtbaar worden. Hieronder worden de hoofdlijnen geschetst. De volledige resultaten zijn opgenomen in het achtergrondartikel.

4.1.1 Snelle doorwerking in frequentie

Uit de analyse van de zoekwoordendata blijkt dat veranderingen in de frequentie van uitingen over bevolkingsgroepen door Tweede Kamerleden vaak snel doorwerken in YouTube-reacties, vooral binnen de eerste week. Ook in omgekeerde richting is een kortetermijneffect zichtbaar: veranderingen in YouTube-reacties werken in de eerste weken door bij uitingen van Kamerleden, waarna het effect afzwakt.

Bij landelijke kranten is het tijds patroon anders. Veranderingen bij zowel Kamerleden als op sociale media werken bij kranten door over een langere periode, wat wijst op een trager en meer langdurig effect waarbij uitingen over bevolkingsgroepen die door Tweede Kamerleden of op sociale media voorkomen gedurende langere tijd in kranten blijven terugkomen.

4.1.2 Langzamere doorwerking van sentiment

Voor sentiment ontstaat een ander beeld. Deze analyses zijn uitgevoerd op maandniveau en laten zien dat veranderingen in het sentiment waarmee Kamerleden over bevolkingsgroepen spreken pas na langere tijd zichtbaar worden in zowel landelijke kranten als in YouTube-reacties, met een piek rond twee maanden later. Ook veranderingen in sentiment in landelijke kranten werken vertraagd door naar sociale media.

Opvallend is dat veranderingen in het sentiment in landelijke kranten relatief snel effect hebben op veranderingen bij Kamerleden, na één

maand zijn deze veranderingen zichtbaar. Dit kan erop wijzen dat Kamerleden relatief snel inspelen op verschuivingen in maatschappelijke discussies zoals die in landelijke kranten worden weergegeven.

4.1.3 Complex beeld bij discriminerende uitingen

De analyse met LLM-data laat een complexer tijdsverloop zien. Uit deze analyse blijkt dat uitspraken van Kamerleden die door het LLM-model als discriminerend worden gekwalificeerd, na verloop van tijd steeds sterker doorwerken in YouTube-reacties.

De invloed van discriminerende uitingen in YouTube-reacties op uitingen door Kamerleden is in deze analyse vooral zichtbaar in de eerste week. Kamerleden lijken dus snel te reageren op wat er op sociale media speelt, terwijl de doorwerking van hun eigen discriminerende uitingen richting sociale media meer tijd nodig heeft.

De invloed van kranten op YouTube-reacties treedt in deze analyse op na twee weken, en neemt daarna ook weer af.

4.1.4 Samenvatting tijdsverloop van wisselwerking

Samengevat laten de analyses zien dat het tijdsverloop van de wisselwerking afhangt van of er wordt gekeken naar de frequentie van uitingen over bevolkingsgroepen, het sentiment, of uitingen die als discriminerend worden gekwalificeerd.

Veranderingen in de frequentie van uitingen werken vaak snel door van Tweede Kamerleden naar sociale media, en andersom. Veranderingen in sentiment en discriminerende uitingen volgen doorgaans een trager patroon en worden pas na weken of maanden zichtbaar.

Landelijke kranten nemen hierin een tussenpositie in. Zij reageren minder snel op veranderingen, maar lijken wel langduriger mee te gaan met veranderingen in frequentie van uitingen over bevolkingsgroepen door Kamerleden en sociale media. Tegelijkertijd kunnen veranderingen in sentiment van landelijke kranten relatief snel doorwerken bij Tweede Kamerleden, wat suggereert dat Kamerleden gevoelig zijn voor hoe maatschappelijke discussies in kranten worden weergegeven.

Gezamenlijk maken deze patronen duidelijk dat (discriminerende) uitingen over bevolkingsgroepen zich via verschillende routes en tijdspaden door het publieke debat bewegen.

4.2 Verbanden per discriminatiegrond

De wisselwerking tussen Tweede Kamerleden, landelijke kranten en sociale media verschilt sterk per discriminatiegrond. De analyses laten zien dat de wisselwerking het sterkst is rond gronden die te maken hebben met *racialisering*, namelijk 'Joden', 'moslims' en 'herkomst', terwijl bij andere discriminatiegronden de patronen beperkter en minder consistent zijn. De duidelijkste patronen zijn te zien in de analyses met zoekwoordendata (figuur 4.1) en in mindere mate in de analyses met LLM-data (figuur 4.3). Deze figuren vragen om enige toelichting. De rijen geven de richting van invloed weer tussen de domeinen, bijvoorbeeld

de invloed van uitingen over bevolkingsgroepen in YouTube-reacties op uitingen door Tweede Kamerleden. De kolommen tonen de verschillende bevolkingsgroepen of discriminatiegronden. In de meest linkerkolom gaat het dus om uitingen over 'Joden'.

Uitingen die verwijzen naar 'Joden', 'moslims' of naar de 'herkomst' van mensen, circuleren sterker tussen de Tweede Kamer, landelijke kranten en sociale media dan uitingen over andere discriminatiegronden.

In elk vakje staat een waarde tussen 0 en 1. In figuur 4.1 betekent de waarde 0,67 linksboven dat er een sterk patroon is gevonden dat wijst op invloed van uitingen in YouTube-reacties op uitingen van Tweede Kamerleden. Wanneer in YouTube-reacties vaker over 'Joden' werd gesproken, gebeurde dit in de periode daarna ook vaker door Tweede Kamerleden.

Kader 4. Racialisering

Racialisering verwijst naar het proces waarbij mensen worden ingedeeld in groepen op basis van vermeende uiterlijke, culturele of religieuze kenmerken, waaraan bepaalde betekenissen en verwachtingen worden toegeschreven. Het gaat daarbij niet alleen om zichtbare kenmerken, maar ook om eigenschappen die mensen aan elkaar toeschrijven, zoals normen, waarden of loyaliteit. Welke kenmerken en betekenissen aan mensen worden toegekend hangt samen met dominante beelden en discussies in de samenleving op een bepaald moment.

Kenmerken die op zichzelf niet zichtbaar of biologisch bepaald zijn, zoals 'religie', 'herkomst' of sociale status, worden daarbij toch aan iemands uiterlijk, naam of gedrag gekoppeld. Zo kunnen mensen bijvoorbeeld als 'Jood', 'moslim' of 'migrant' worden gezien op basis van hoe zij eruitzien of worden aangesproken, ongeacht hoe zij zichzelf identificeren.

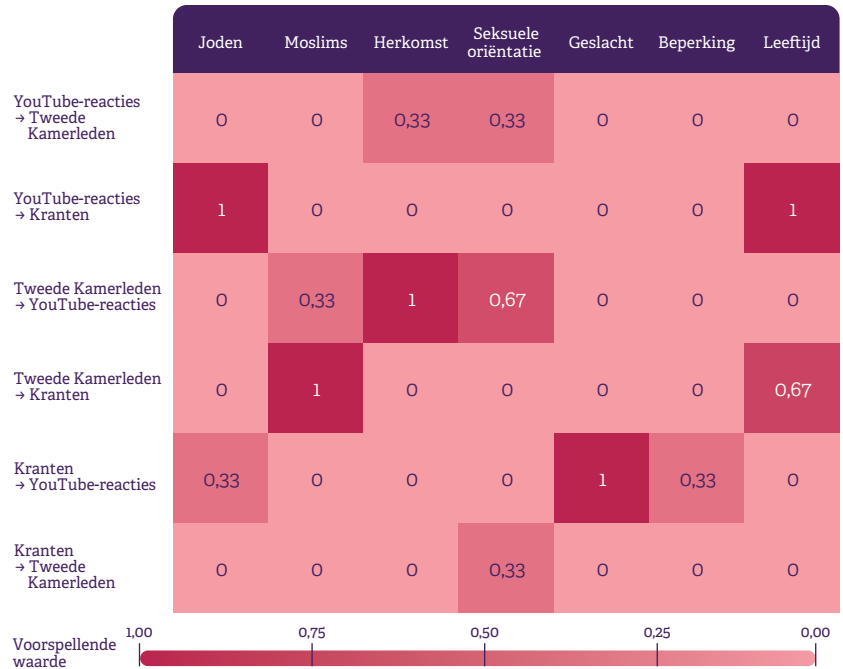
In dit onderzoek blijkt dat uitingen die verwijzen naar 'Joden', 'moslims' of naar de 'herkomst' van mensen, sterker circuleren tussen de Tweede Kamer, landelijke kranten en sociale media dan uitingen die betrekking hebben op andere discriminatiegronden. Dit wijst erop dat juist rond deze groepen de wisselwerking tussen politiek, kranten en sociale media het meest intens is.



Figuur 4.1. Voorspellende relaties tussen de frequentie van uitingen over bevolkingsgroepen door Tweede Kamerleden, in kranten en in YouTube-reacties, uitgesplitst naar bevolkingsgroepen. Noot: Hoe hoger de waarde, hoe sterker de aanwijzing voor de richting van invloed.



Figuur 4.2. Voorspellende relaties tussen het sentiment van uitingen over bevolkingsgroepen door Tweede Kamerleden, in kranten en in YouTube-reacties, uitgesplitst naar bevolkingsgroepen. Noot: Hoe hoger de waarde, hoe sterker de aanwijzing voor de richting van invloed.



Figuur 4.3 Voorspellende relaties tussen discriminerende uitingen over bevolkingsgroepen door Tweede Kamerleden, in kranten en in YouTube-reacties, uitgesplitst naar bevolkingsgroepen. Noot: Hoe hoger de waarde, hoe sterker de aanwijzing voor de richting van invloed.

4.2.1 ‘Joden’, ‘moslims’ en ‘herkomst’

In uitingen over de discriminatiegronden ‘Joden’, ‘moslims’ en ‘herkomst’ spelen Tweede Kamerleden een uitgesproken richtinggevende rol. Veranderingen in de frequentie van uitingen door Kamerleden lopen vaak vooruit op vergelijkbare veranderingen in landelijke kranten en in YouTube-reacties. Dit wijst op een sterke doorwerking van de uitingen van Kamerleden richting kranten en sociale media.

De analyse met sentimentdata laat veel minder invloeden zien. Hieruit komt wel een duidelijke invloed naar voren van Kamerleden op het sentiment in YouTube-reacties bij uitingen over ‘Joden’, en in mindere mate bij ‘herkomst’.

De analyse met LLM-data bevestigt de gevonden patronen. Discriminerende uitingen van Kamerleden werken door in YouTube-reacties wanneer het gaat om ‘herkomst’, en hebben invloed op uitingen in zowel YouTube-reacties als landelijke kranten wanneer het gaat om ‘moslims’.

Daarnaast laten de analyses zien dat landelijke kranten bij deze onderwerpen een belangrijke schakel vormen. Met name bij ‘herkomst’ is zichtbaar dat veranderingen in het aandeel uitingen in landelijke kranten voorafgaan aan veranderingen in YouTube-reacties.

Bij de analyse met sentimentdata zijn de aanwijzingen voor invloed van landelijke kranten zwakker, maar wel aanwezig. Zo gaan veranderingen in sentiment in landelijke kranten soms vooraf aan veranderingen in

YouTube-reacties bij 'herkomst' en aan veranderingen bij Kamerleden bij uitingen over 'Joden'.

Uit analyse van LLM-data blijkt dat veranderingen in het aandeel discriminerende uitingen over 'Joden' in kranten soms voorafgaan aan vergelijkbare veranderingen in YouTube-reacties.

Als laatst blijken uitingen in YouTube-reacties ook een belangrijke rol te spelen. De analyse met zoekwoordendata laat zien dat veranderingen in het aandeel uitingen over 'Joden' in YouTube-reacties vaak voorafgaan aan vergelijkbare veranderingen in zowel landelijke kranten als in de Tweede Kamer. Bij 'herkomst' is deze invloed vooral zichtbaar richting Kamerleden en bij 'moslims' juist richting landelijke kranten.

Uit de analyse met sentimentdata blijkt dat veranderingen in sentiment in YouTube-reacties bij deze gronden geen duidelijke invloed hebben op het sentiment in uitspraken van politici en in berichtgeving van landelijke kranten.

De analyse met LLM-data laat wel zien dat veranderingen in het aandeel discriminerende uitingen over 'Joden' in YouTube-reacties vaak voorafgaan aan vergelijkbare veranderingen in landelijke kranten en in mindere mate ook bij Kamerleden wanneer het gaat om 'herkomst'.

4.2.2 Overige discriminatiegronden

Voor de overige discriminatiegronden, namelijk 'geslacht', 'seksuele oriëntatie', 'beperking' en leeftijd, zijn de verbanden tussen Tweede Kamerleden, landelijke kranten en sociale media minder uitgesproken. De analyses laten hier wel verbanden zien, maar dit zijn minder consistente patronen.

De analyse met zoekwoordendata toont bijvoorbeeld dat veranderingen in het aandeel uitingen over 'seksuele oriëntatie' in landelijke kranten soms voorafgaan aan veranderingen in YouTube-reacties. Bij 'beperking' is te zien dat veranderingen in het aantal uitingen bij Kamerleden soms voorafgaan aan vergelijkbare veranderingen in YouTube-reacties.

Uit de analyse met sentimentdata blijkt vooral een dynamiek rond 'geslacht'. Veranderingen in sentiment bij Kamerleden gaan regelmatig vooraf aan veranderingen in zowel landelijke kranten als YouTube-reacties, terwijl ook veranderingen in sentiment in YouTube-reacties vaak voorafgaan aan veranderingen bij Kamerleden. Daarnaast is bij leeftijd zichtbaar dat veranderingen in sentiment bij Kamerleden soms voorafgaan aan veranderingen in landelijke kranten.

De analyse met LLM-data laat zien dat het aandeel discriminerende uitingen over 'geslacht' in landelijke kranten vaak voorafgaan aan vergelijkbare veranderingen in YouTube-reacties. Een vergelijkbaar patroon is zichtbaar van Kamerleden richting YouTube-reacties bij discriminerende uitingen over leeftijd.

Bij 'seksuele oriëntatie' lijkt sprake van een complexere wisselwerking: veranderingen in discriminerende uitingen in zowel YouTube-reacties als

landelijke kranten gaan soms vooraf aan veranderingen bij Kamerleden, terwijl tegelijkertijd ook uitingen van Kamerleden doorwerken in YouTube-reacties.

Bij 'beperking' is slechts een zwak patroon zichtbaar, waarbij veranderingen in landelijke kranten soms voorafgaan aan vergelijkbare veranderingen in YouTube-reacties.

4.2.3 Samenvatting verbanden per discriminatiegrond

De analyses laten zien dat de wisselwerking tussen Tweede Kamerleden, landelijke kranten en sociale media niet voor alle bevolkingsgroepen gelijk is. Vooral bij (discriminerende) uitingen over 'Joden', 'moslims' en 'herkomst' is sprake van een duidelijke en consistente dynamiek, waarin de drie domeinen elkaar wederzijds beïnvloeden.

Binnen deze wisselwerking nemen Tweede Kamerleden een centrale en richtinggevende positie in. Veranderingen in het aandeel uitingen over deze bevolkingsgroepen door Kamerleden lopen vaak vooruit op vergelijkbare veranderingen in zowel landelijke kranten als in YouTube-reacties. Dit geldt vooral voor de frequentie van uitingen, maar is ook zichtbaar wanneer wordt gekeken naar discriminerende uitingen, welke bij deze bevolkingsgroepen een racistisch karakter hebben. De Tweede Kamer fungeert daarmee als een belangrijk startpunt van verschuivingen in het bredere publieke debat over 'Joden', 'moslims' en de 'herkomst' van mensen.

De Tweede Kamer fungeert als belangrijk startpunt van verschuivingen in het bredere publieke debat over 'Joden', 'moslims', en de 'herkomst' van mensen.

Tegelijkertijd blijkt dat landelijke kranten ook een richtinggevende rol spelen in de wisselwerking. Veranderingen in het aandeel uitingen over deze bevolkingsgroepen in landelijke kranten gaan regelmatig vooraf aan vergelijkbare veranderingen in YouTube-reacties, en in mindere mate ook aan veranderingen in de Tweede Kamer. Dit wijst erop dat kranten niet alleen politieke uitingen doorgeven, maar ook mede richting geven aan online discussies en, in mindere mate, aan het politieke debat.

Uitingen over 'moslims', 'Joden' en 'herkomst' in YouTube-reacties blijken sterk mee te bewegen met ontwikkelingen in de andere domeinen, maar oefenen ook zelf invloed uit. Veranderingen in het aandeel uitingen over 'Joden' in YouTube-reacties lopen regelmatig vooruit op vergelijkbare veranderingen in zowel landelijke kranten als bij Kamerleden. Veranderingen in het aandeel uitingen over 'moslims' in YouTube-reacties lijken vooral vooraf te gaan aan vergelijkbare veranderingen in kranten, terwijl bij uitingen over 'herkomst' er vergelijkbare veranderingen te zien

zijn bij Kamerleden. Sociale media lijken hiermee niet het eindpunt te zijn van de doorwerking van uitingen, maar ook te fungeren als bron van uitingen die terugvloeien naar politiek en journalistiek.

Voor de overige discriminatiegronden, ‘geslacht’, ‘seksuele oriëntatie’, ‘beperking’ en ‘leeftijd’, is de wisselwerking tussen de drie domeinen duidelijk minder sterk en minder consistent. De analyses laten hier vooral losse en contextafhankelijke verbanden zien. Dit betekent niet dat er weinig (discriminerende) uitingen over deze gronden voorkomen in de onderzochte domeinen. In deze analyses is namelijk specifiek onderzocht of er sprake is van samenhang en doorwerking tussen de drie domeinen, en niet hoe vaak dergelijke uitingen op zichzelf voorkomen. In het achtergrondartikel staan voorbeelden waaruit blijkt dat uitingen over deze discriminatiegronden ook aanwezig zijn in de drie domeinen, en dat het aandeel uitingen over sommige gronden ook toeneemt.

4.3 Verbanden met betrekking tot politieke partijen

Tot slot is onderzocht in hoeverre veranderingen in de mate waarin politieke partijen worden genoemd in landelijke kranten samenhangen met veranderingen in (discriminerende) uitingen over bevolkingsgroepen in YouTube-reacties. Deze analyses richten zich daarmee niet op de uitingen van politieke partijen, maar op hoe zichtbaar zij zijn in het nieuws, en hoe die zichtbaarheid doorwerkt in online (discriminerende) uitingen.

Omdat de analyses op basis van zoekwoordendata, sentimentdata en LLM-data verschillende patronen laten zien, worden de resultaten hieronder gestructureerd aan de hand van deze drie databronnen.

4.3.1 Veranderingen in frequentie van online uitingen over bevolkingsgroepen

De analyse met zoekwoordendata laat een duidelijk patroon zien bij uitingen over ‘Joden’, ‘moslims’ en ‘herkomst’, welke sterk samenhangen met processen van racialisering. Veranderingen in de mate waarin de PVV, BBB en NSC in landelijke kranten worden genoemd, gaan vaak vooraf aan veranderingen in het aandeel uitingen in YouTube-reacties over ‘Joden’ en ‘herkomst’, en in iets mindere mate over ‘moslims’.

Daarnaast laat de analyse met zoekwoordendata ook opvallende patronen zien bij andere discriminatiegronden. Zo gaan veranderingen in de zichtbaarheid van de VVD, GroenLinks-PvdA, SP en D66 in landelijke kranten vooraf aan vergelijkbare veranderingen in het aandeel uitingen over ‘geslacht’ in YouTube-reacties. Bij de zichtbaarheid van GroenLinks-PvdA en FvD in kranten is bovendien een vergelijkbaar patroon zichtbaar voor het aandeel uitingen over ‘leeftijd’.

4.3.2 Veranderingen in online sentiment over bevolkingsgroepen

Uit de analyse met sentimentdata blijkt dat de mate waarin politieke partijen in landelijke kranten worden genoemd slechts beperkt samenhangt met veranderingen in het sentiment van YouTube-reacties. Dit suggereert dat zichtbaarheid in het nieuws op zichzelf onvoldoende is om de toon van het online debat over bevolkingsgroepen te beïnvloeden.

Voor sentiment lijkt vooral relevant wat partijen zeggen en hoe zij dat doen, en minder hoe vaak zij in de media voorkomen.

Slechts bij enkele partijen en specifieke discriminatiegronden zijn verbanden gevonden. Zo hangen veranderingen in de zichtbaarheid van FvD en BBB samen met verschuivingen in het online sentiment over 'Joden', terwijl bij GroenLinks-PvdA en FvD verbanden zichtbaar zijn bij 'geslacht', en bij GroenLinks-PvdA bij 'beperking'. Dit benadrukt dat de zichtbaarheid van politieke partijen in kranten slechts in beperkte en contextspecifieke gevallen samenhangt met veranderingen in online sentiment.

4.3.3 Veranderingen in online discriminerende uitingen

De analyse op basis van LLM-data laat zien dat veranderingen in de zichtbaarheid van met name de BBB en NSC in landelijke kranten voorspellend zijn voor veranderingen in het aandeel discriminerende uitingen in YouTube-reacties over vrijwel alle discriminatiegronden. Een uitzondering vormt 'seksuele oriëntatie' bij NSC. Ook bij veranderingen in de zichtbaarheid van de PVV is een vergelijkbaar maar iets zwakker patroon zichtbaar, waarbij alleen discriminerende uitingen over 'geslacht' en 'seksuele oriëntatie' ontbreken.

Voor andere partijen zijn de patronen minder consistent. Veranderingen in de zichtbaarheid van GroenLinks-PvdA en SP hangen samen met veranderingen in discriminerende uitingen over de grond 'beperking', en bij GroenLinks-PvdA ook over 'leeftijd'. Bij het CDA en D66 zijn alleen verbanden zichtbaar bij discriminerende uitingen over 'moslims', terwijl bij FvD uitsluitend een verband wordt gevonden bij 'seksuele oriëntatie'.

4.3.4 Samenvatting van de rol van zichtbaarheid van politieke partijen

De analyses laten zien dat de zichtbaarheid van politieke partijen in landelijke kranten samenhangt met veranderingen in online (discriminerende) uitingen over bevolkingsgroepen, maar dat deze samenhang sterk verschilt per discriminatiegrond. Vooral bij onderwerpen die raken aan racialisering, zoals 'Joden', 'moslims' en 'herkomst', zijn duidelijke en consistente patronen zichtbaar.

Wanneer partijen als de PVV, BBB en NSC vaker in landelijke kranten worden genoemd, volgt vaak een toename van online uitingen over deze gronden. Dit patroon is het sterkst zichtbaar in de frequentie van uitingen over 'Joden', 'moslims' en de 'herkomst' van mensen. Ook lijkt de zichtbaarheid van deze partijen invloed te hebben op het aandeel discriminerende uitingen, maar minder in het sentiment van online uitingen. Dit wijst erop dat de zichtbaarheid van politieke partijen in kranten vooral bijdraagt aan het aanjagen van online racistische uitingen.

De analyse met sentimentdata laat een afwijkend beeld zien: de zichtbaarheid van politieke partijen blijkt hier slechts beperkt van invloed. Alleen bij enkele partijen en specifieke discriminatiegronden zijn verschuivingen in online sentiment zichtbaar.

De analyses met LLM-data laten bovendien zien dat verhoogde zichtbaarheid van allerlei partijen samenhangt met een bredere toename van discriminerende uitingen over verschillende gronden, waarbij de sterkste patronen te zien zijn bij de zichtbaarheid van BBB, NSC en PVV.

Gezamenlijk wijzen de bevindingen erop dat verslaglegging van landelijke kranten over politieke partijen een neveneffect lijkt te hebben, waarbij online discriminatie en racisme aangejaagd wordt. De grote diversiteit aan politieke partijen, waarvan de zichtbaarheid in kranten een voorspellende waarde heeft voor discriminerende en racistische uitingen, suggereert dat de onderliggende mechanismen complex zijn. Deze mechanismen zijn in dit onderzoek niet onderzocht, waardoor hierover geen verdere uitspraken kunnen worden gedaan.

5. Antwoorden op onderzoeksvragen

Aan het begin van dit rapport werden enkele onderzoeksvragen besproken. Hieronder worden deze onderzoeksvragen beknopt beantwoord. De antwoorden in dit hoofdstuk bouwen voort op de uitgebreide analyses die in de voorgaande delen van het rapport zijn gepresenteerd en die uitgebreider via het achtergrondartikel zijn na te lezen.

5.1 Uitingen bruikbaar maken voor analyse

Hoe kunnen (discriminerende) uitingen over bevolkingsgroepen door politici in de Tweede Kamer, landelijke kranten en sociale media worden gedetecteerd en bruikbaar gemaakt voor statistische analyses?

De frequentie, het sentiment en discriminerende vorm van uitingen over bevolkingsgroepen kunnen door middel van drie methoden worden gedetecteerd en geschikt gemaakt voor statistische analyses.

Als eerst worden grote hoeveelheden teksten van politici in de Tweede Kamer, landelijke kranten en sociale media verzameld. Met een zoekwoordenanalyse wordt in kaart gebracht hoe vaak bevolkingsgroepen voorkomen in uitingen van de drie domeinen. Deze methode laat patronen in frequentie over tijd en tussen bronnen zien, maar zegt nog niets over het sentiment van de uitingen, of over de vraag of deze als discriminerend kunnen worden gezien.

De sentimentanalyse voegt hier een tweede laag aan toe, door te bepalen of er positiever, neutraler of negatiever over bevolkingsgroepen wordt gesproken. In combinatie met de zoekwoordenanalyse geeft dit een belangrijke aanwijzing voor mogelijk discriminerende uitingen.

Tot slot maakt de analyse met grote taalmodellen (LLM's) het mogelijk om discriminerende uitingen directer te herkennen, doordat deze methode de volledige context van teksten meeneemt. Op basis van een duidelijke definitie en voorbeelden kan zo worden beoordeeld of een uiting als discriminerend kan worden aangemerkt.

Samen maken deze drie methoden het mogelijk om grote hoeveelheden tekst uit verschillende domeinen om te zetten in vergelijkbare cijfers. Daarmee wordt niet alleen zichtbaar wanneer en hoe vaak er over bevolkingsgroepen wordt gesproken, maar ook met welk sentiment en of er sprake is van discriminerende uitingen.

5.2 Frequentie van uitingen

Is er sprake van invloed in de frequentie van uitingen over bevolkingsgroepen tussen Tweede Kamerleden, in landelijke kranten en op sociale media? Zo ja, in welke richting verloopt die invloed?

Ja, er is een duidelijke relatie in de frequentie waarmee bevolkingsgroepen worden genoemd door Tweede Kamerleden, in landelijke kranten en op sociale media. De sterkste en meest consistente richting van invloed loopt van de Tweede Kamer naar sociale media: wanneer Kamerleden vaker uitingen doen over bevolkingsgroepen, volgt vaak kort daarna een toename van vergelijkbare uitingen in YouTube-reacties. Daarnaast is er ook een invloed te zien van de uitingen van Kamerleden richting uitingen in landelijke kranten.

Veranderingen in frequentie van uitingen over bevolkingsgroepen in YouTube-reacties lijken alleen invloed te hebben op de frequentie van uitingen door Kamerleden. Ook bij landelijke kranten is er één richting van invloed zichtbaar, namelijk naar YouTube-reacties.

5.3 Sentiment van uitingen

Is er sprake van invloed in het sentiment van de uitingen over bevolkingsgroepen tussen Tweede Kamerleden, in landelijke kranten, en sociale media? Zo ja, in welke richting verloopt deze invloed?

Ja, er is samenhang zichtbaar tussen de drie domeinen wanneer wordt gekeken naar het sentiment van uitingen over bevolkingsgroepen. Veranderingen in het sentiment van uitingen door Tweede Kamerleden gaan regelmatig vooraf aan vergelijkbare verschuivingen in YouTube-reacties. De omgekeerde richting is eveneens zichtbaar, maar dit patroon is duidelijk zwakker. Daarnaast zijn er beperkte aanwijzingen voor invloed van het sentiment in landelijke kranten op YouTube-reacties, evenals voor een wederzijdse, maar zwakke, beïnvloeding tussen Tweede Kamerleden en landelijke kranten.

5.4 Discriminerende uitingen

Is er sprake van invloed in de frequentie van discriminerende uitingen over bevolkingsgroepen, zoals geïdentificeerd via analyse met *Large Language Models* (LLM's), tussen Tweede Kamerleden, in landelijke kranten, en op sociale media? Zo ja, in welke richting verloopt die invloed?

Ja, er is een aantoonbare relatie tussen de drie domeinen wanneer wordt gekeken naar discriminerende uitingen zoals geïdentificeerd met LLM-analyses. Ook hier is de meest uitgesproken richting van invloed die van de Tweede Kamer naar sociale media: discriminerende uitingen van Kamerleden werken regelmatig door in YouTube-reacties en, in iets mindere mate, in landelijke kranten.

De omgekeerde richting, van discriminerende uitingen in YouTube-reacties naar uitingen door Kamerleden, komt in de analyses slechts als een zwak patroon naar voren. Ook het patroon van wederzijdse invloed tussen landelijke kranten en YouTube-reacties is zwak wanneer het specifiek gaat om discriminerende uitingen.

5.5 Patroon van racisme

Een opvallende uitkomst in de verdiepende analyses is dat de wisselwerking tussen Tweede Kamerleden, landelijke kranten en sociale media niet voor alle bevolkingsgroepen even sterk is. De duidelijkste en meest consistente patronen worden gevonden bij uitingen over 'Joden', 'moslims' en 'herkomst', categorieën die raken aan processen van racialisering. Rond deze onderwerpen is de wederzijdse beïnvloeding tussen Kamerleden, kranten en sociale media het sterkst. Bij andere discriminatiegronden, zoals 'geslacht', leeftijd of 'beperking', zijn de verbanden minder uitgesproken en vaker wisselend van aard.

Deze verschillen zijn inhoudelijk relevant. Uitingen die samenhangen met racialisering lijken eerder te worden opgepakt en doorgegeven tussen politici, landelijke kranten en sociale media. Dit onderzoek kan niet vaststellen waarom dat zo is, maar maakt wel zichtbaar dat deze dynamiek bestaat. Daarmee wordt duidelijk dat racisme niet alleen een kwestie is van individuele uitingen, maar onderdeel is van een dynamiek waarin verschillende domeinen van het publieke debat elkaar wederzijds beïnvloeden en versterken.

6. Oproep: Neem verantwoordelijkheid

Uit dit onderzoek blijkt dat (discriminerende) uitingen over bevolkingsgroepen niet binnen één domein blijven. Het gaat daarbij om uitingen die betrekking hebben op uiteenlopende gronden waarop discriminatie kan plaatsvinden, zoals bedoeld in artikel 1 Grondwet en niet beperkt tot de gronden die daarin expliciet worden genoemd. Uitingen in de Tweede Kamer, landelijke kranten en op sociale media hebben effect op elkaar: wat in het ene domein wordt gezegd, vindt weerklank in geschreven woorden in de andere domeinen. Juist omdat deze domeinen elkaar wederzijds beïnvloeden, rust op alle betrokken partijen een verantwoordelijkheid om bij te dragen aan een publiek debat dat de waardigheid van bevolkingsgroepen respecteert. Vanwege deze dynamiek hebben alle partijen ook een taak om te voorkomen dat discriminatie en racisme steeds gangbaarder worden in het dagelijks leven.

6.1 Oproep om de verspreiding van discriminatie en racisme te doorbreken

Dit onderzoek toont een dynamiek tussen de Tweede Kamer, landelijke kranten en sociale media, waarin discriminatie en racisme zich kunnen verspreiden en versterken. De staatscommissie roept alle betrokken partijen op om actief verantwoordelijkheid te nemen voor hun eigen rol in deze dynamiek. De bevindingen laten zien dat het gaat om terugkerende patronen, niet om op zichzelf staande incidenten. Dat vraagt om structurele keuzes en blijvende inzet van sociale mediaplatforms, politici en kranten. Hieronder wordt per partij toegelicht wat deze verantwoordelijkheid concreet inhoudt.

6.1.1 Sociale mediaplatforms

Een belangrijke rol is ten eerste weggelegd voor sociale mediaplatforms. Zij vormen de infrastructuur waarbinnen uitingen over bevolkingsgroepen zich snel kunnen verspreiden, versterken en daarmee ook kunnen escaleren. Negatieve en polariserende uitingen zorgen over het algemeen voor meer interactie en daarmee hogere advertentie-inkomsten.²³ Discriminatie en racisme zijn zo een verdienmodel voor sociale media.

De huidige aanpak van sociale mediaplatforms is daarbij voornamelijk reactief. De aanpak leunt in belangrijke mate op meldingen van gebruikers. Discriminerende en strafbare uitingen komen daarmee pas in het vizier nadat zij al breed zijn verspreid. De platforms leggen de verantwoordelijkheid daarmee onevenredig bij gebruikers en reageren pas als escalatie al heeft plaatsgevonden.

De staatscommissie roept sociale mediaplatforms daarom op om hun verantwoordelijkheid en verplichtingen onder de *Digital Services Act* (DSA) proactiever in te vullen.²⁴ Dat betekent niet alleen dat moderators meldingen zorgvuldig behandelen en discriminerende inhoud verwijderen, maar ook dat zijzelf monitoren op schadelijke uitingen en preventief

23. Rathje, S., Van Bavel, J.J., & van der Linden, S. (2021). Out-group animosity drives engagement on social media. *PNAS*, 118(26), doi.org/10.1073/pnas.2024292118

24. Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament and of the Council of 19 October 2022 on a Single Market For Digital Services and amending Directive 2000/31/EC (Digital Services Act)

ingrijpen. Een voorbeeld hiervan is het actief waarschuwen van gebruikers die berichten met mogelijk schadelijke inhoud willen plaatsen en hen vragen deze te herzien, of gebruikers te vragen, na plaatsing van schadelijke inhoud deze te verwijderen.²⁵ Gezien de technische mogelijkheden waarover platforms beschikken, is dit een realistische vraag aan de platforms. Van hen wordt verwacht dat zij eerder ingrijpen en voorkomen dat discriminerende en racistische uitingen zich ongeremd kunnen verspreiden.

Effectief optreden van platforms kan niet los worden gezien van toezicht en handhaving. Hoewel sociale mediaplatforms onder de DSA wettelijke verplichtingen hebben rond meldprocedures, opvolging van meldingen en het beperken van systeemrisico's, blijkt toezicht in de praktijk beperkt effectief.

Zo signaleert het *Hybrid Election Integrity Observatory* (HEIO) dat de Nederlandse toezichthouder, de Autoriteit Consument en Markt (ACM), grotendeels afhankelijk is van klachten om handhavend te kunnen optreden en geen bevoegdheid heeft om proactief te monitoren.²⁶ Bovendien kan de ACM alleen rechtstreeks handhaven bij platforms die in Nederland zijn gevestigd. Meldingen over platforms met een vestiging in het buitenland moeten via Europese procedures worden doorgezet, wat handhaving kan vertragen en minder zichtbaar maakt.

Tegen deze achtergrond is het zorgelijk dat meldingen in de praktijk vaak geen effect hebben. HEIO rapporteert dat rond de Tweede Kamerverkiezingen van 2025 geen enkel bericht werd verwijderd dat zij via officiële meldmechanismen rapporteerden. Het ging hierbij onder andere om expliciet racistische, antisemitische en gewelddadige uitingen. Dit wijst op een aanzienlijke kloof tussen formele meldprocedures en de daadwerkelijke aanpak van schadelijke inhoud.

De Europese DSA kent ook het instrument van zogeheten *trusted flaggers*. Dit zijn organisaties waarvan meldingen door sociale mediaplatforms met prioriteit moeten worden behandeld, ongeacht in welk EU-land het platform is gevestigd. In Nederland vervult onder meer Meld.Online Discriminatie deze rol. De staatscommissie onderschrijft het belang van deze infrastructuur en roept gebruikers op discriminerende inhoud te melden bij Meld.Online Discriminatie of de ACM, zodat platforms hierop kunnen worden aangesproken.

Tegelijkertijd erkent de staatscommissie de kritiek dat meldingssystemen onvoldoende effectief zijn wanneer platforms besluiten meldingen niet op te volgen. In dat licht is het initiatief van het Rijk om een onafhankelijk geschillenbeslechtsorgaan in te richten een positieve ontwikkeling.²⁷ Dit orgaan maakt het mogelijk voor gebruikers om in beroep te gaan tegen besluiten van sociale mediaplatforms en versterkt daarmee hun rechtspositie.

25. Katsaros, M., Yang, K., & Fratamico, L. (2022). Reconsidering tweets: Intervening during tweet creation decreases offensive content. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media* (Vol. 16, pp. 477-487).

26. Hybrid Election Integrity Observatory. (2026). *Dutch parliamentary elections 2025 report*. www.heio.nl.

27. Rijksoverheid (2025). *Plan van aanpak online discriminatie*. Den Haag: Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, Ministerie van Justitie en Veiligheid, Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid. www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2025/07/02/plan-van-aanpak-online-discriminatie

6.1.2 Politici

Ook uitspraken van politici in de Tweede Kamer maken deel uit van de wisselwerking. Uitingen over allerlei bevolkingsgroepen, zoals op grond van ‘herkomst’, ‘religie’, en ‘seksuele oriëntatie’, blijven niet beperkt tot de Tweede Kamer. Deze worden opgepikt door kranten en door gebruikers van sociale media. Discriminerende uitspraken dragen bij aan een maatschappelijk klimaat waarin negatieve beeldvorming kan normaliseren, terwijl die bovendien in bepaalde gevallen voor rechtsvervolging in aanmerking komen en strafbaar kunnen zijn.

In het licht van de bevindingen uit dit onderzoek herhaalt de staatscommissie haar eerdere oproep aan Kamerleden om zich bewust te zijn van de impact van hun woorden.²⁸ De resultaten in deze rapportage laten zien dat uitingen van politici daadwerkelijk doorwerken in landelijke kranten en op sociale media, en daarmee invloed hebben op het bredere maatschappelijke klimaat. Politieke macht gaat gepaard met taalmacht, en daarmee met verantwoordelijkheid. Deze verantwoordelijkheid is recent ook benadrukt door het College voor de Rechten van de Mens. Het College wijst erop dat politici, juist in scherpe politieke debatten, een bijzondere rol hebben in het bewaken van gelijkwaardigheid en menselijke waardigheid.²⁹

Daarnaast ligt er een duidelijke verantwoordelijkheid bij de politiek om te zorgen dat toezichthouders over voldoende middelen, capaciteit en duidelijke kaders beschikken om hun wettelijke taken daadwerkelijk uit te voeren. Dat betekent onder meer het versterken van toezichtcapaciteit en het actief blijven agenderen van handhaving binnen het Europese DSA-stelsel.

6.1.3 Kranten

Landelijke kranten vervullen ook een belangrijke rol. Zij zijn immers duider van maatschappelijke gebeurtenissen. Dit onderzoek laat zien dat berichtgeving in kranten kan samenhangen met verschuivingen in online uitingen over bevolkingsgroepen. Journalistieke keuzes in framing, nadruk en herhaling kunnen bijdragen aan het verder verspreiden van discriminatie, maar ook aan het begrenzen ervan. Het HEIO-rapport laat bijvoorbeeld zien dat sociale mediaplatforms soms pas actie ondernemen nadat gewelddadige of discriminerende berichten aandacht krijgen in de nieuwsmidia. Dit wijst op de invloed die kranten kunnen hebben op hoe anderen, waaronder sociale mediaplatforms, reageren op misstanden.

De staatscommissie roept de journalistiek daarom op om deze duidende rol expliciet te blijven nemen. Dat betekent niet alleen feitelijk rapporteren, maar ook steeds context blijven bieden, misstanden aan de kaak stellen en reflecteren op de maatschappelijke gevolgen van discriminerende uitingen. Door die verantwoordelijkheid te nemen, kunnen kranten in belangrijke mate bijdragen aan een publiek debat dat niet verder polariseert, maar ruimte laat voor nuance, waardigheid en gelijkwaardigheid.

28. Staatscommissie tegen Discriminatie en Racisme (2025), Discriminatie in dienstverlening. Ervaringen en lessen om discriminatie in publieke dienstverlening te voorkomen en te bestrijden. 2025-02, Den Haag: Staatscommissie tegen Discriminatie en Racisme.

29. www.mensenrechten.nl/actueel/nieuws/2025/10/9/verkiezingscampagne-debat-mag-scherp-zijn-maar-voorkom-stigmatisering

6.2 Oproep tot transparantie door sociale mediaplatforms

De tweede oproep van de staatscommissie betreft de transparantie van sociale mediaplatforms. De DSA legt sociale mediaplatforms meer verplichtingen op dan het afhandelen van meldingen. Zij moeten ook erkende onderzoekers toegang geven tot relevante gegevens om maatschappelijke risico's, zoals discriminatie en desinformatie, te onderzoeken. Artikel 40 van de DSA vormt hierbij een cruciaal instrument.³⁰ Dat deze verplichting ook daadwerkelijk wordt gehandhaafd, blijkt uit een recente maatregel van de Europese Commissie waarbij het sociale mediaplatform X werd beboet wegens onvoldoende transparantie en het niet naleven van verplichtingen rond datatoegang.³¹

Sociale media hebben een centrale rol in het publieke debat, maar bieden slechts zeer beperkt inzicht in wat er op hun platforms gebeurt. Uit onderzoek van onder meer HEIO en *Justice for Prosperity* blijkt dat transparantie in de praktijk nog te vaak vastloopt op beperkte datatoegang en trage opvolging door platforms.^{32, 33} Juist deze gegevens zijn nodig om ontwikkelingen op sociale media, zoals die van discriminerende uitingen over bevolkingsgroepen, structureel te volgen. Daardoor blijven online discussies en sentimenten, en de verspreiding en versterking ervan, grotendeels buiten beeld. Dit belemmert niet alleen wetenschappelijk onderzoek, maar ook de democratische controle op een domein dat steeds meer invloed heeft op het maatschappelijke klimaat.

Deze beperkte transparantie heeft ook directe gevolgen gehad voor dit onderzoek. De analyses van sociale media zijn noodgedwongen gebaseerd op YouTube-reacties, omdat toegang tot vergelijkbare data van andere grote platforms niet of nauwelijks mogelijk was. Het benadrukt hoe afhankelijk inzicht in online discriminatie is van de bereidheid van platforms om gegevens beschikbaar te stellen.

Waar de politiek en de journalistiek in principe openbaar en controleerbaar zijn, geldt dat veel minder voor sociale media. Hoe algoritmes werken, hoe moderatie plaatsvindt en hoe berichten worden verspreid, is voor de samenleving grotendeels onzichtbaar. Deze processen bepalen echter welke uitingen veel aandacht krijgen, wie ze te zien krijgt en hoe snel zij zich verspreiden. Zonder transparantie over deze mechanismen blijft onduidelijk hoe discriminatie en racisme zich online ontwikkelen en welke ingrepen effectief zijn.

De staatscommissie roept sociale mediaplatforms daarom op om hun verantwoordelijkheid actief te nemen. Dat betekent: structureel inzicht bieden in data over schadelijke en discriminerende uitingen, meewerken aan onafhankelijk onderzoek en deze kennis inzetten om discriminatie en racisme tegen te gaan.

Daarnaast roept de staatscommissie toezichthouders nadrukkelijk op om strikt en zo systematisch mogelijk te handhaven op de verplichtingen tot datatoegang. Deze oproep sluit aan bij een recente motie van Tweede Kamerleden Buijsse en Rajkowski, die de regering oproept om bij de Europese Commissie aan te dringen op boetes voor platforms

30. Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament and of the Council of 19 October 2022 on a Single Market For Digital Services and amending Directive 2000/31/EC (Digital Services Act)

31. ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_25_2934

32. Justice for Prosperity. (2026). *Van botnet tot beeldvorming. Beïnvloedingspogingen rond de Nederlandse verkiezingen 2025*. justiceforprosperity.org/wp-content/uploads/2026/01/Van-botnet-tot-beeldvorming-ext.pdf

33. Hybrid Election Integrity Observatory. (2026). *Dutch parliamentary elections 2025 report*. www.heio.nl

die weigeren algoritmedata met wetenschappers te delen.³⁴ Zichtbare handhaving, met duidelijke termijnen en het afdwingen van een werkbare en standaardroute voor datatoegang voor erkende onderzoekers, is noodzakelijk om te voorkomen dat platforms deze verplichtingen kunnen traineren of ontwijken.

6.3 Oproep tot normstelling

De derde oproep van de staatscommissie betreft normstelling: de vraag hoe in het publieke debat duidelijk wordt gemaakt wat aanvaardbaar is en waar grenzen liggen. Discriminatie wordt gangbaarder door herhaling, gebrek aan tegenspraak en het ontbreken van context en duiding. Juist in een omgeving waarin uitingen zich snel en breed verspreiden, is het expliciet stellen en bewaken van normen van groot belang.

Normstelling gaat verder dan verantwoordelijkheid voor het eigen handelen alleen. Zij komt tot stand in de manier waarop verschillende partijen op uitingen reageren: door tegenspraak te bieden, context en duiding te geven, grenzen te stellen, of juist tot stil te blijven. Oordelen en reacties worden daarbij mede gevormd door het oordeel van de sociale omgeving.³⁵ In een publiek debat waarin uitingen zich snel verplaatsen tussen politici, landelijke kranten en sociale media, bepalen deze reacties in belangrijke mate wat als aanvaardbaar wordt gezien.

In dit proces dragen verschillende partijen bij aan normstelling. Kranten dragen bij via hun keuzes in selectie, framing en duiding van uitspraken en gebeurtenissen. Sociale mediaplatforms beïnvloeden normstelling door te bepalen welke uitingen zichtbaar worden, welke worden versterkt en welke worden begrensd of verwijderd. Ook gebruikers van sociale media spelen hierin een rol, door discriminerende uitingen te bekritisieren, te rapporteren of juist te laten passeren.

Daarnaast rust er een bijzondere verantwoordelijkheid bij alle politici. Vanuit hun positie dragen zij niet alleen politieke verantwoordelijkheid, maar ook een bredere normatieve verantwoordelijkheid richting de samenleving. In het bijzonder geldt dit voor de bewindspersonen van het ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, als hoeders van grondrechten, waaronder het gelijkheidsbeginsel zoals vastgelegd in artikel 1 Grondwet. Van hen mag worden verwacht dat zij actief normeren, zowel richting collega-politici als in reactie op maatschappelijke ontwikkelingen waarin de gelijkwaardigheid van bevolkingsgroepen onder druk staat.

De staatscommissie benadrukt dat geen van deze partijen deze verantwoordelijkheid alleen kan dragen. Juist omdat het publieke debat zich afspeelt in een voortdurende wisselwerking tussen politiek, kranten, en sociale media, vraagt het begrenzen van discriminatie om gezamenlijke inzet. Dat betekent: expliciet benoemen wanneer uitspraken bevolkingsgroepen stigmatiseren, ruimte bieden aan tegenstemmen, actief context en duiding geven, en voorkomen dat discriminerende uitingen door herhaling of algoritmische versterking als 'normaal' worden ervaren. Alleen door gezamenlijke en consistente normstelling kan worden voorkomen dat discriminatie verder verankert in het publieke debat en daarmee in onze samenleving.

34. *Kamerstukken II 2025/26*, 30 950, nr. 496

35. Kros, K., Coenders, M., Yenga, M., & van der Hoorn, I. (2025). Inzichten in online haatspraak en discriminatie. Kwantitatief onderzoek naar verschillende factoren die een rol kunnen spelen bij het verspreiden van online haatspraak en discriminatie en naar hoe mensen dit beoordelen. Utrecht: Kennisplatform Inclusief Samenleven

De Staatscommissie tegen Discriminatie en Racisme is een éénmalig adviescollege dat voor vier jaar, op verzoek van de Tweede Kamer, is ingesteld op 1 mei 2022. De staatscommissie doet wetenschappelijk onderzoek naar de aard, omvang, oorzaken en aanpak van discriminatie en racisme in de Nederlandse samenleving.

Samenstelling staatscommissie

Dr. J.J. (Joyce) Sylvester (voorzitter)
 Prof. dr. M. (Mirko) Noordegraaf (vicevoorzitter)
 Prof. dr. S. (Sennay) Ghebreab
 Prof. dr. H (Halleh) Ghorashi
 Prof. dr. P.L.H. (Peer) Scheepers
 Drs. E.F. (Errol) Stoové
 Prof. dr. L. (Linnet) Taylor
 Mr. dr. A. (Alexandra) Timmer

Dr. M.E. (Mirjan) Bouwman (secretaris)

Aan dit rapport is meegewerkt door:

Dr. O. (Onur) Şahin
 Dr. N. (Nina) van Douwen
 Dr. S. (Stijn) Verbeek
 Office management: Drs. M.Y.M. (Young-Min) Bouman
 Communicatieadviseur: R.A.J. (Renée) Schut-Verkuijlen

Staatscommissie tegen Discriminatie en Racisme

Rijnstraat 50
 2515 XP Den Haag
info@staatscommissietegendiscriminatieenracisme.nl

Publicatie 2026-01

© Staatscommissie tegen Discriminatie en Racisme
 Den Haag, 2026

De inhoud van deze publicatie mag (gedeeltelijk) worden gebruikt en overgenomen voor niet-commerciële doeleinden. De inhoud mag daarbij niet veranderen. Citaten moeten altijd aangegeven zijn, bij voorkeur als: Staatscommissie tegen Discriminatie en Racisme (2026), Titel rapport, publicatienummer, Den Haag: Staatscommissie tegen Discriminatie en Racisme. U kunt deze publicatie ook downloaden via onze website: www.staatscommissietegendiscriminatieenracisme.nl

Deze publicatie is gemaakt door:

Grafisch ontwerp: Studio Duel
 Drukwerk: Opmeer Drukkerij
 Deze publicatie is CO₂-neutraal ontworpen en gedrukt en met bio-inkt gemaakt.



NUR 805





**Staatscommissie
tegen Discriminatie
en Racisme**

Staatscommissie tegen Discriminatie en Racisme

Rijnstraat 50

2515 XP Den Haag

info@staatscommissietegendiscriminatienracisme.nl