

## Position paper Bits of Freedom manosphere

Op 11 juni 2026 organiseert de Kamercommissie Onderwijs, Cultuur en Wetenschap een rondetafelgesprek over de groeiende invloed van de manosphere online en offline. Bits of Freedom zet zich als digitale burgerrechtenorganisatie al meer dan vijftwintig jaar in voor het recht op privacy en communicatievrijheid in Nederland. Vanuit onze technische en juridische expertise maken we graag van de gelegenheid gebruik om een aantal aandachtspunten te delen.

### Manosphere

Ten behoeve van deze position paper houden we de volgende definitie van de manosphere aan. De manosphere is een (online) beweging van hetero mannen die zich uiten over mannelijkheid en zich uitspreken tegen feminisme. In video's leggen mannen uit wat het betekent om 'een echte man' te zijn. Sommige video's zijn redelijk onschuldig, bijvoorbeeld wanneer een man uitlegt dat je meer testosteron aanmaakt als je geen onderbroek draagt. Andere video's zijn misogyn en gevaarlijk en leiden zelfs tot misdrijven. De beweging wint terrein op sociale media.

### Sociale media algoritmen versterken de manosphere

Op de meeste sociale mediaplatformen bepalen algoritmen welke berichten gebruikers te zien krijgen, en op welke volgorde. In Nederland gebruiken 14,6 miljoen mensen sociale media, dus die platformen met hun bijbehorende algoritmen hebben een enorme invloed op welke informatie mensen tot zich nemen.

Deze algoritmen hebben niet het beste voor met platformgebruikers. Dat heeft alles te maken met het verdienmodel van Big Tech. Sociale mediaplatformen willen hun gebruikers zo lang mogelijk online houden, zodat ze zoveel mogelijk advertenties op hen af kunnen vuren en daarmee zoveel mogelijk geld verdienen. Dat lukt het beste via extreme content. Big Tech heeft er geen baat bij om gebruikers een breed geïnformeerd en genuanceerd informatieaanbod te tonen, maar profiteert juist van uitersten. Zo bleek afgelopen Tweede Kamerverkiezingen uit [onderzoek van Eenvandaag](#) dat de PVV het meest profiteerde van de algoritmen op TikTok. Uit [onderzoek van Global Witness](#) bleek dat in aanloop naar de verkiezingen in Duitsland op X en TikTok het extreemrechtse Afd bovengemiddeld domineerde. En uit [onderzoek van de Groene Amsterdammer](#) bleek hoe snel mensen op TikTok in een eetstoornisfuik belanden.

Hetzelfde geldt voor de manosphere. Manosphere content is extreem en dus profiteert het van de algoritmen van sociale media. Na slechts 26 minuten scrollen op TikTok en YouTube, zonder ook maar iets op te slaan of te liken, kregen nieuwe accounts [vrouwonvriendelijke manosphere content te zien](#), zo bleek uit onderzoek van Dublin City University. Uit [onderzoek Argos, Data School en de Groene Amsterdammer](#) bleek dat accounts die naar fitnessvideo's keken, al gauw bredere boodschappen over mannelijkheid te zien kregen. Ook gingen motiverende quotes als snel over in adviezen over communicatie tussen mannen en vrouwen tijdens het daten. De conclusie van het onderzoek: binnen vijfhonderd video's zit een tienerjongen die geïnteresseerd is in onderwerpen als mannelijkheid, dating, discipline en doorzettingsvermogen in een fuik van giftige mannelijkheid. Niet gek dus, dat [30 procent van de jongeren aangeeft](#) vaak manosphere filmpjes te zien. Wanneer iemand één keer een gematigd manosphere filmpje

ziet, wordt diegene door de algoritmen van sociale media al **snel blootgesteld aan vergelijkbare filmpjes**. En voor ze daar zelf iets van kunnen vinden, belanden jongens en meisjes **in een steeds heftiger algoritme**.

## Het algoritme is de sleutel

Algoritmen van sociale media versterken misogyne content. Mensen worden, zonder dat ze daar zelf iets over te zeggen hebben, de manosphere ingetrokken. Dus om te voorkomen dat mensen, zowel jongens als meisjes, de in de manosphere belanden, moet worden ingegrepen op die algoritmen. Op dit moment bepalen sociale media wat we te zien krijgen online, maar dat moet dus anders. Niet voor niets schrijft **het Commissariaat van de Media in haar recent verschenen rapport** dat het makkelijker moet zijn om als burger een ‘gezonde’ keuze te maken. Dat wil zeggen: een keuze die je als burger helpt voorzien in de informatiebehoefte die je zélf zegt te hebben. Één van de richtingen die het Commissariaat noemt om feeds te verbeteren is: geef gebruikers vrijere keuze.

Bits of Freedom is daar al mee aan de slag gegaan en won onlangs een rechtszaak (inmiddels ook in hoger beroep) op Meta op grond van de Digital Services Act (hierna: DSA), de Europese platformwetgeving. Gebruikers van Instagram en Facebook in Nederland kunnen sinds januari blijvend kiezen voor een tijdlijn met content van accounts die zij zelf volgen, in chronologische volgorde. Daardoor hebben ze meer invloed op wat ze te zien krijgen, in plaats van dat algoritmen hen een schadelijk (manosphere)fuik in trekken. Maar daarmee zijn we er nog niet: Meta heeft ervoor gekozen deze uitspraak alleen voor gebruikers van Meta’s platformen in Nederland te implementeren. Dat is onbegrijpelijk omdat Meta door de rechter op de vingers is getikt voor een overtredingen van wetgeving die in heel Europa op gelijke wijze geldt. Het is dus van groot belang deze wetgeving in de gehele Europese Unie te handhaven. Wij vragen uw Kamer om hier, via het kabinet, op aan te dringen bij de Europese Commissie, de toezichthouder op deze wet.

Maar ook daarmee is de kous nog niet af: geprofileerde algoritmen zijn nog steeds de standaard en als er al een andere keuze mogelijk is, is dat nog steeds een algoritme dat door Big Techbedrijven is geschreven. De Europese Unie schrijft nu aan de Digital Fairness Act, een wet die onder andere verslavend en misleidend ontwerp van platformen tegen moet gaan. Daarin moeten regels worden opgenomen over algoritmen om niet alleen sociale mediaverslaving tegen te gaan, maar ook om te voorkomen dat mensen in extreme fuiken terecht komen. Bits of Freedom heeft een duidelijke positie wat betreft regulering van algoritmen: profilerende algoritmen moeten verboden zijn en gebruikers van platformen moeten kunnen kiezen tussen verschillende typen aanbevelingsalgoritmen, waaronder algoritmen die ontworpen zijn door derde partijen. Deze moeten makkelijk te vinden zijn, duidelijk worden uitgelegd en als voorkeursoptie kunnen worden ingesteld. Met zulke regels krijgen gebruikers die vrijere keuze waar het Commissariaat van de Media naar verwijst én zijn ze minder kwetsbaar voor extreme en schadelijke content, zoals de manosphere. We vragen uw Kamer om deze strijd te steunen en zich in de Europese Unie in te zetten voor regulering van aanbevelingsalgoritmen in de Digital Fairness Act.