trans gender netwerk

Wat media met transgender mensen doen

Ervaringen van transgender en non-binaire personen met mediaberichtgeving in Nederland

Onderzoek en tekst: Bram van Kooten, Britt Stegeman, Bir Heijnes

Redactie en begeleiding: dr. Elise van Alphen

Dit onderzoek is mede mogelijk gemaakt dankzij financiering van het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap van de Alliantie Kleurrijk en Vrij.

© Transgender Netwerk, Amsterdam, 2026

Voorwoord 5

Samenvatting 6

1. Inleiding 9

Transgender-gerelateerde onderwerpen steeds zichtbaarder in de media 9

Nederlandse media: meer aandacht voor trans mensen, maar emancipatie kan nog beter 10

Wat structurele monitoring laat zien: steeds meer belemmerende media-aandacht 11

Van monitoring naar handvatten voor mediamakers 13

Media in een bredere context van veiligheid en acceptatie 14

Wat dit rapport toevoegt 15

Doel en onderzoeksvraag 16

Leeswijzer 16

2. Onderzoeksmethoden 18

Positionaliteit 20

Focusgroepen 21

Vragenlijst 23

3. Resultaten 33

3.1 'Wij zijn toch gewoon mensen?' Als mediadiscussies steeds weer over je bestaan gaan 33

3.1.1. Eenzijdige mediaweergave van hoe het is om een transgender persoon te zijn 35

3.1.2. Tussen nieuws, steun en haatreacties: sociale media als beladen mediaomgeving 36

3.1.3 Mediaberichtgeving: meestal negatief ervaren 39

3.2 Van scrollen tot op je hoede zijn: wat mediabeelden met deelnemers doen 42

3.2.1 Mentale impact van media 43

3.2.2 Gedragsmatige impact van media 60

3.2.3 Sociale en maatschappelijke impact van media 65

3.3 Wanneer media positief werken: échte verhalen zorgen voor herkenning en begrip 74

3.4 Deelnemers vragen om meer inclusie van transgender personen in de media 81

4. Conclusies 85
Media beïnvloeden mentaal welzijn, gedrag en toekomstbeeld 85
Media beïnvloeden hoe transgender personen gezien en behandeld worden 86
Verschillen tussen mediatypes, veilige en vijandige mediaomgevingen 87
De basis voor verbetering: wat transgender personen wensen van de media 88
Generaliseerbaarheid en beperkingen 89
5. Aanbevelingen voor mediamakers 92
6 Aanbevelingen voor vervolgonderzoek 98
Tot slot 100
Bronnenlijst 101
Appendix 107
Bijlage A 107
Bijlage B 109
Bijlage C 113
Bijlage D 117
Bijlage E 119
Bijlage F 121

Voorwoord

Media hebben invloed op hoe transgender mensen worden besproken en gezien. Daarmee beïnvloeden media ook hoe zij in het dagelijks leven worden behandeld. Transgender Netwerk onderzoekt al langere tijd hoe transgender-gerelateerde onderwerpen in de media verschijnen. De jaarlijkse mediamonitors brengen terugkerende patronen in berichtgeving in kaart en de publicatie Transgender onderwerpen: Tips voor mediamakers biedt concrete handvatten voor zorgvuldige journalistieke keuzes. Dit rapport bouwt daarop voort door de aandacht te verleggen van de berichtgeving zelf naar de impact daarvan op transgender mensen. Daarom richt dit rapport zich op hun ervaringen met media: hoe berichtgeving bij hen binnenkomt, wat dit doet met hun dagelijks leven, hun welzijn, hun contact met anderen en hun gevoel van veiligheid.

Dit rapport laat zien dat media niet alleen een beeld van transgender mensen verspreiden, maar daarmee ook beïnvloeden hoe het met hen gaat. Die inzichten kunnen de bestaande aanbevelingen aan mediamakers verdiepen, omdat ze duidelijk maken hoe journalistieke keuzes worden ervaren door de mensen om wie het gaat. Daarom is dit rapport in eerste plaats relevant voor mediaprofessionals: zij hebben directe invloed op de manier waarop transgender mensen in de media worden neergezet en door de samenleving worden gezien. Tegelijk zijn de resultaten ook waardevol voor beleidsmakers, belangenorganisaties, politici, mediagebruikers en natuurlijk voor transgender mensen zelf. Omdat er nog weinig Nederlands onderzoek bestaat naar de ervaringen van transgender mensen met media, vormt dit rapport een belangrijke aanvulling op bestaande kennis. Aandacht voor de ervaringen van transgender mensen draagt bij aan de missie van Transgender Netwerk om emancipatie te bevorderen en te werken aan een samenleving waarin genderdiversiteit niet wordt gevreesd, maar gevierd.

Samenvatting

De afgelopen jaren zijn transgender-gerelateerde onderwerpen steeds zichtbaarder geworden in de Nederlandse media. Toch betekent meer aandacht niet vanzelf dat transgender en non-binaire mensen zich ook herkenbaar terugzien in die berichtgeving. Juist daarom is dit onderzoek uitgevoerd: om te begrijpen hoe mediaberichtgeving binnenkomt, wat die losmaakt en wat die in het dagelijks leven betekent voor transgender en non-binaire mensen zelf.

Voor dit onderzoek zijn eerst drie focusgroepen gehouden met in totaal dertien deelnemers: een groep met trans feminiene personen en transgender vrouwen, een groep met trans masculiene personen en transgender mannen, en een groep met non-binaire deelnemers. Daarna is een vragenlijst uitgezet om terugkerende ervaringen en patronen op grotere schaal te toetsen. In totaal kwamen hierop 597 reacties binnen, waarvan er uiteindelijk gewerkt is met een maximale steekproef van 345 respondenten, al verschilt het exacte aantal respondenten per onderzoeksvraag.

Uit het onderzoek komt een helder beeld naar voren: veel deelnemers ervaren mediaberichtgeving over transgender onderwerpen als ontmenselijkend. Zij zien dat hun leven en bestaan nog vaak wordt neergezet als iets uitzonderlijks en als iets waar vooral spanning en ophef omheen gebouwd wordt. In de focusgroepen werd duidelijk dat dit niet alleen schuurt op de momenten dat mensen een artikel lezen of een fragment zien, maar ook dat het daarna blijft doorwerken in hun dagelijkse leven. Deelnemers vertelden over de somberheid en angst voor de toekomst die media versterken. Sommigen vermijden bewust het nieuws, stellen zich extra voorzichtig op in contact met anderen of zijn extra alert in publieke ruimtes. Tegelijk laat dit onderzoek ook zien dat media juist wél steunend kunnen zijn: wanneer transgender en non-binaire mensen als gewone, veelzijdige mensen in beeld komen net als mensen die geen deel uitmaken van de transgender gemeenschap, ontstaat er ruimte voor opluchting, erkenning en meer begrip vanuit de mensen die de media zien.

Deelnemers laten ook duidelijk horen wat zij van media nodig hebben: meer diversiteit en nuance, meer alledaagse representatie, meer ruimte voor transgender personen om zelf aan het woord te zijn, en zorgvuldige journalistieke keuzes die minder draaien om sensatie of conflict.

De bevindingen uit de vragenlijst onder 345 trans mensen laten zien dat deze ervaringen niet op zichzelf staan, maar ook binnen de bredere transgender gemeenschap leven. De uitkomsten tonen dat blootstelling aan media over transgender onderwerpen samenhangt met het mentale welzijn van transgender mensen. Vooral media waarin respondenten vaker negatieve berichtgeving tegenkomen dan positieve of neutrale berichtgeving (namelijk in sociale media, online nieuws, talkshows, het journaal en de krant) hangen vaker samen met ongunstiger welbevinden, terwijl positievere representaties juist samengaan met gunstiger welbevinden. Vrijwel de hele steekproef ziet bovendien een verband tussen mediaberichtgeving en de manier waarop transgender personen en -thema's in de samenleving worden benaderd. Ook linkt een grote meerderheid transgender mediaberichtgeving met politieke keuzes die gemaakt worden rond transgender onderwerpen. Daar tegenover staan boeken en series, die door veel respondenten en deelnemers aan de focusgroepen juist vaker worden ervaren als een plek waar meer herkenbare, menselijke representaties mogelijk zijn. In de focusgroepen werd uitgelegd dat dit komt doordat deze vormen van media vaker verhalen laten zien waarin transgender mensen gewoon als mensen bestaan met unieke karakters, en niet enkel als mensen die moeten kampen met hun transgender identiteit.

Samen maken deze bevindingen duidelijk dat media veel meer zijn dan een spiegel van wat er in de samenleving leeft. Media hebben een impactvollere rol dan dat, want ze geven richting aan wat als normaal wordt gezien. Ze beïnvloeden welke verhalen aandacht krijgen en welke stemmen deze verhalen overbrengen aan de samenleving. Dat heeft gevolgen die doorwerken in hoe veilig een deel van de Nederlandse samenleving zich voelt, in hoeveel ruimte zij voelen om zichzelf te laten zien, in hoe anderen op hen reageren, en in het vertrouwen dat ze hebben in de invloedrijke instanties die

hen horen te beschermen. Daarmee gaat dit rapport niet alleen over representatie, maar ook over verantwoordelijkheid en concrete invloed die media hebben op het leven van transgender mensen. Pas wanneer transgender en non-binaire mensen niet alleen onderwerp van berichtgeving zijn, maar ook zelf meebepalen hoe verhalen worden verteld, kan media-aandacht bijdragen aan meer begrip, meer menselijkheid en een samenleving waarin transgender personen zich daadwerkelijk veiliger voelen om zichzelf te zijn. *“Niet over ons, maar met ons”*.

1. Inleiding

Transgender-gerelateerde onderwerpen steeds zichtbaarder in de media

De afgelopen jaren zijn transgender-gerelateerde onderwerpen steeds zichtbaarder geworden in de Nederlandse media. Die zichtbaarheid is belangrijk, omdat media een grote rol spelen in hoe mensen informatie krijgen en een beeld vormen over wie transgender mensen zijn en hoe hun leven eruitziet. Voor trans mensen zelf kunnen media steunend zijn: zij kunnen een plek bieden om informatie op te doen over trans-zijn, hun eigen identiteit te ontdekken of te uiten, woorden te vinden voor hun ervaringen, rolmodellen te zien, in contact te komen met mensen met vergelijkbare ervaringen en zich minder alleen te voelen (Berger et al., 2022; McInroy & Craig, 2015; Craig et al., 2021; Tyni et al., 2024; Van Haelter et al., 2022). Daarnaast kan mediarepresentatie van transgender mensen bijdragen aan meer bekendheid met transgender mensen, meer begrip, meer acceptatie en meer steun voor transrechten vanuit anderen (Berkovich, 2016; Gillig et al., 2018; McInroy & Craig, 2017; Van Haelter et al., 2022; Żerebecki et al., 2021). Dat is belangrijk omdat veel cisgender mensen[1] weinig persoonlijk contact hebben met transgender mensen, waardoor media vaak een belangrijke bron van informatie zijn over hoe het is om trans of non-binair te zijn (McInroy & Craig, 2015; Van Haelter et al., 2022).

Tegelijkertijd leidt een grotere zichtbaarheid van transgender mensen niet vanzelfsprekend tot positieve gevolgen. De manier *waarop* media over transgender-gerelateerde onderwerpen berichten, is van groot belang: dit bepaalt of media bijdragen aan begrip en steun, of juist stereotypering, uitsluiting en onveiligheid versterken. Onderzoek laat zien dat mediabeelden

[1] Cisgender mensen zijn mensen van wie de genderidentiteit overeenkomt met het geslacht dat bij de geboorte werd geregistreerd. Transgender mensen zijn mensen van wie de genderidentiteit niet, of niet helemaal, overeenkomt met het geslacht dat bij de geboorte werd geregistreerd.

invloed kunnen hebben op het welzijn en dagelijks leven van mensen in gemarginaliseerde posities (Merino et al., 2024; Santoniccolo et al., 2023; Scharrer et al., 2022). Specifiek voor transgender mensen wijzen studies erop dat negatieve of vijandige berichtgeving kan samenhangen met stress, piekeren, lichamelijke klachten, angst om open te zijn over de eigen genderidentiteit, en slechtere mentale gezondheid (Dhanani & Totton, 2023; Hughto et al., 2021; Pham et al., 2020). In het bijzonder laten sociale media die dubbelheid zien: zij kunnen toegang bieden tot informatie, herkenning en gemeenschap, maar vormen tegelijk plekken waar trans haat, stigmatisering, microagressies en desinformatie dichtbij komen (Selkie et al., 2020).

De aanleiding voor dit onderzoek ligt in die spanning. Media kunnen steunend zijn wanneer zij ruimte maken voor herkenning, nuance, context en menselijkheid, maar schadelijk wanneer zij transgender mensen reduceren tot uitzondering of bedreiging. Hoewel het grootste deel van het bestaande onderzoek hierover afkomstig is uit landen buiten Nederland, maakt het duidelijk dat mediaberichtgeving nauw verbonden is met de sociale veiligheid van transgender mensen. Of en hoe vergelijkbare processen in Nederland spelen, en hoe transgender en non-binaire mensen trans-gerelateerde mediaberichtgeving zélf ervaren, is echter nog nauwelijks onderzocht. Dit rapport draagt daaraan bij door de ervaringen van transgender en non-binaire personen in Nederland centraal te zetten.

Nederlandse media: meer aandacht voor trans mensen, maar emancipatie kan nog beter

Ook in Nederland is de zichtbaarheid van transgender mensen in de media de afgelopen decennia sterk veranderd. Onderzoek naar Nederlandse geschreven media tussen 1991 en 2016 liet zien dat transgender personen vanaf de late jaren negentig steeds vaker zichtbaar werden (Van den Berg & Marinus, 2017). Die groeiende zichtbaarheid betekende echter niet dat de volle breedte van de transgender gemeenschap aandacht kreeg. Vooral verhalen die aansloten bij bestaande ideeën over mannelijkheid, vrouwelijkheid en wat als ‘normaal’ en ‘Nederlands’ werd gezien, werden behandeld. Daarbij werden vooral jonge

transgender personen, en met name jonge trans vrouwen, op een positieve en voor het brede publiek begrijpelijke manier in beeld gebracht. Media tonen daarmee niet alleen dát transgender personen bestaan; ze bepalen ook welk verhaal over dat bestaan het brede publiek als begrijpelijk of legitiem aangereikt krijgt.

Dat beeld sluit aan bij recent onderzoek onder Nederlandstalige transgender personen in België (Van Haelter et al., 2022). Interviewgesprekken maakten duidelijk dat trans deelnemers de toegenomen zichtbaarheid van transgender mensen waardeerden, maar bekritiseerden ook de eenzijdigheid ervan. Trans mannen, non-binaire personen en transgender personen van kleur bleven in hun ervaring minder zichtbaar. Daarnaast voelde het voor hen alsof de nadruk in media vaak te sterk op het lichaam en op medische transitie lag, alsof een volledige fysieke transitie nodig is om volledig geaccepteerd te worden als transgender persoon. Daarmee bleef er minder ruimte over voor de mentale, sociale en dagelijkse aspecten van transgender-zijn (Van Haelter et al., 2022).

Wat structurele monitoring laat zien: steeds meer belemmerende media-aandacht

In Nederland volgt Transgender Netwerk deze ontwikkelingen sinds 2018 structureel met jaarlijkse mediamonitoren (zie Mediamonitor 2024 en Mediamonitor 2025). Deze monitoren maken inzichtelijk hoeveel transgender-gerelateerde geschreven mediaberichten verschijnen, welke personen en thema's zichtbaar worden en welke verhaallijnen daarin terugkomen. Daarmee hebben de mediamonitoren bijgedragen aan het begrijpen van de Nederlandse mediacontext en laten zien dat zichtbaarheid is toegenomen[2], maar ook dat media-aandacht niet vanzelf leidt tot zorgvuldigere berichtgeving die bijdraagt aan de emancipatie van trans mensen.

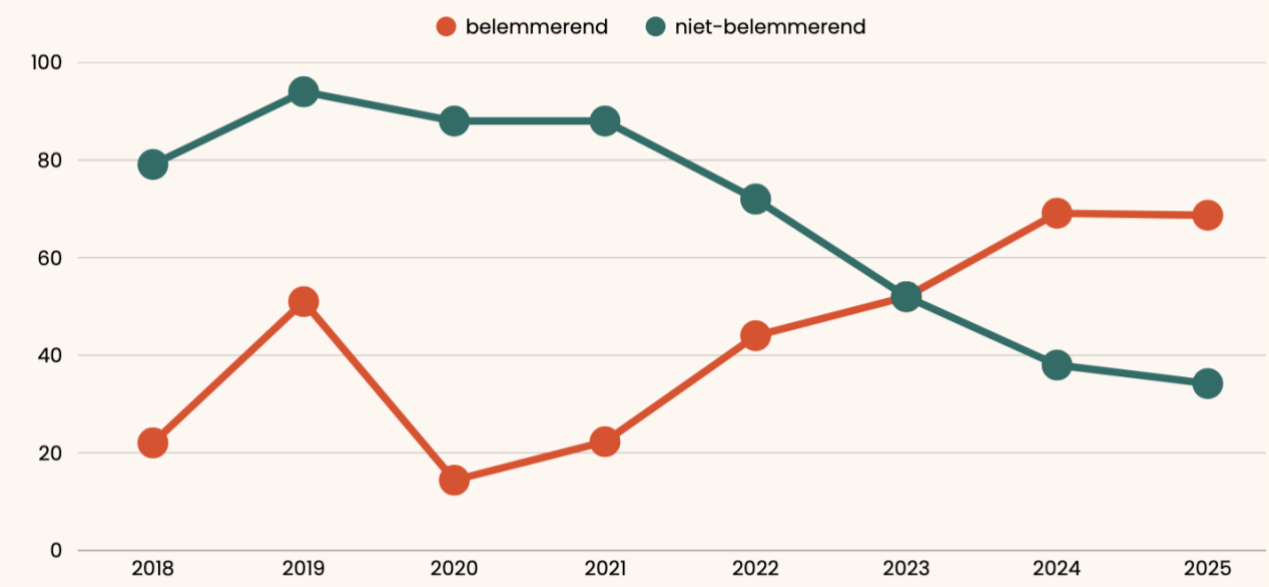
[2] Waar in de late jaren negentig jaarlijks enkele honderden berichten over transgender personen verschenen (Van den Berg & Marinus, 2017), gaat het inmiddels om duizenden trans-gerelateerde geschreven mediaberichten per jaar. In 2024 werden er 6.627 trans-gerelateerde artikelen gevonden (Mediamonitor 2024), wat in 2025 steeg naar 10.454 (Mediamonitor 2025)

De meest recente mediamonitoren laten zien dat het Nederlandse medialandschap zich in toenemende mate kenmerkt door belemmerende verhaallijnen over transgender personen. Figuur 1 toont dat het aandeel artikelen met dergelijke verhaallijnen sinds 2020 is toegenomen, terwijl niet-belemmerende verhaallijnen juist relatief minder vaak voorkomen. In zulke belemmerende verhaallijnen worden transgender mensen bijvoorbeeld neergezet alsof zij zorgen voor kansenongelijkheid in sportcompetities omdat trans vrouwen een fysiek voordeel zouden hebben, alsof zij een bedreiging vormen voor vrouwen in privéruimtes omdat ze zich met kwade bedoelingen zouden voordoen als trans vrouw, of alsof zij het idee ondermijnen dat er van nature slechts twee geslachten bestaan. Ook artikelen die zulke boodschappen alleen beschrijven, kunnen eraan bijdragen dat deze boodschappen verder worden verspreid.

Daarnaast werden transgender personen in 2025 in slechts 28% van de artikelen zelf specifiek zichtbaar. Als ze wel aan bod kwamen, waren jonge, witte transgender vrouwen oververtegenwoordigd.[3] Dit wijst op een belangrijke disbalans: transgender-gerelateerde onderwerpen zijn sterk aanwezig in het publieke mediadebat, maar transgender mensen zelf krijgen niet altijd voldoende ruimte om hieraan bij te dragen vanuit hun eigen ervaring of expertise. Daarmee ontstaat het risico dat er vooral óver transgender mensen wordt gesproken, zonder dat hun perspectieven worden meegenomen.

[3] In 2025 werd in 28% van de artikelen beschikbaar voor analyse één of meerdere trans personen specifiek benoemd (Mediamonitor 2025). Dit gebeurde in 2024 in 30% (Mediamonitor 2024), en in 2023 in 44% (Mediamonitor 2023).

Figuur 1 Percentage belemmerende en niet-belemmerende verhaallijnen 2018-2025.



Noot. Overgenomen uit Mediamonitor 2025. De rode lijn laat zien dat sinds 2023 een meerderheid van de geanalyseerde artikelen een verhaallijn bevatte die belemmerend werkt voor de emancipatie van transgender mensen. De opgetelde percentages van belemmerende en niet-belemmerende artikelen samen overstijgen de 100%. Dit komt doordat een aantal artikelen zowel één of meer belemmerende als één of meer niet-belemmerende verhaallijnen bevat.

Van monitoring naar handvatten voor mediamakers

Transgender Netwerk heeft naast de mediamonitoren ook praktische handvatten ontwikkeld voor journalisten, redacties en andere mediaprofessionals. In de publicatie Transgender onderwerpen: Tips voor mediamakers wordt benadrukt dat media een sleutelrol hebben in hoe transgender onderwerpen worden begrepen. De publicatie roept mediamakers op om transgender mensen niet als debat te behandelen, zorgvuldig om te gaan met bronnen, desinformatie niet als mening te presenteren, meerdere transgender perspectieven te betrekken, genderdiversiteit vaker als gewoon onderdeel van de samenleving te tonen en na te denken over taal, beeld, koppen en online reacties.

Dit rapport bouwt voort op die eerdere publicaties. Waar de mediamonitoren vooral laten zien welke patronen in berichtgeving voorkomen, en ‘Transgender

onderwerpen: Tips voor mediamakers' laat zien hoe berichtgeving zorgvuldiger kan, onderzoekt dit rapport *waarom* zulke journalistieke keuzes ertoe doen voor de mensen om wie het gaat. Daarmee verschuift de aandacht van media-inhoud naar media-impact: hoe komt berichtgeving binnen bij transgender en non-binaire mensen zelf, wat merken zij daarvan in hun dagelijks leven, en welke keuzes van mediamakers dragen volgens hen bij aan schade of juist aan herkenning, begrip en veiligheid?

Media in een bredere context van veiligheid en acceptatie

De mediacontext staat niet los van bredere maatschappelijke ontwikkelingen. Acceptatie en veiligheid zijn voor transgender mensen in Nederland nog altijd niet vanzelfsprekend. De *Lhbtiqa+-monitor 2024* laat zien dat transgender (binair en non-binaire) personen vaker discriminatie en online haat meemaken dan cis-hetero personen, gemiddeld een lager mentaal welzijn rapporteren en vaker bewust afwegen wat zij wel en niet doen in het dagelijks leven, bijvoorbeeld rond hun genderexpressie of zichtbaar zichzelf zijn in openbare ruimtes (Panteia, Movisie, & Ipsos I&O, 2024, Panteia, Movisie & Ipsos, 2025). Ook de *LHBTQIA Veiligheidsmonitor 2023* laat zien dat genderdiverse groepen relatief vaak slachtoffer worden van geweldsdelicten, online bedreiging en intimidatie, en meer gevoelens van onveiligheid ervaren (CBS, 2024b). Hiervan zijn non-binaire en genderqueer personen vaak slachtoffer van geweld en voelen zich vaker onveilig, terwijl trans vrouwen relatief vaak slachtoffer zijn van online criminaliteit (CBS, 2024b). Transgender Netwerk bracht deze cijfers samen met andere onderzoeken bijeen in de factsheet Acceptatie en veiligheid van transgender mensen, die laat zien hoe breed deze problemen spelen.

Ook het online klimaat is de afgelopen jaren verhard. Een analyse van De Groene Amsterdammer van meer dan 10 miljoen Nederlandse sociale mediaberichten wijst erop dat de vijandigheid richting LHBTQIA+'ers online toeneemt, met sinds 2021 een sterke toename van anti-transgender uitingen (Van Dijk et al., 2023). Die verharding wordt aangejaagd door verschillende groepen die elkaar online versterken, waaronder rechts-conservatieve en

extreemrechtse stemmen, streng religieuze kringen en complotdenkers. In hun berichten en reacties keren vergelijkbare frames terug waarin transgender personen worden neergezet als een gevaar voor kinderen, als bedreiging voor het traditionele gezin of als onderdeel van een verborgen agenda die de samenleving zou ondermijnen (Van Dijk et al., 2023). Zulke frames blijven niet beperkt tot mediaplatforms: ze kunnen doorwerken in het publieke debat en beïnvloeden welke verhalen over transgender mensen worden herhaald, genormaliseerd of juist kritisch worden bevraagd.

Juist in deze bredere context doen media ertoe. Nieuwsmedia, televisie, sociale media en opiniestukken vormen samen een omgeving waarin mensen informatie krijgen, meningen vormen en beelden over transgender personen herhalen of juist bijstellen. Wanneer media schadelijke frames zonder voldoende context verspreiden, kan dat bijdragen aan de stigmatisering en het gevoel van onveiligheid onder trans mensen; terwijl ze door ruimte te maken voor nuance en ervaringskennis juist tegenwicht kunnen bieden.

Wat dit rapport toevoegt

Door mediamonitoring weten we steeds beter welke frames en verhaallijnen in Nederlandse geschreven media voorkomen. Wat nog onvoldoende bekend is, is hoe transgender en non-binaire mensen in Nederland die mediaberichtgeving zelf beleven: hoe komt mediaberichtgeving precies bij hen binnen? Wanneer voelen zij zich gesteund als er aandacht wordt gegeven aan trans thema's en wanneer juist niet? Wat betekent dit voor hun gevoelens, gedrag, veiligheid en contact met anderen? Waar de mediamonitoren vooral in kaart brengen hoe media over transgender onderwerpen berichten, onderzoekt dit rapport wat die berichtgeving doet met de mensen om wie het gaat. Daarmee sluit het rapport aan bij de missie van Transgender Netwerk om niet alleen over de gemeenschap te spreken, maar ervaringen uit de gemeenschap zelf als uitgangspunt te nemen.

Doel en onderzoeksvraag

Dit onderzoek wil inzichtelijk maken hoe transgender en non-binaire personen in Nederland mediaberichtgeving over transgender-gerelateerde onderwerpen beleven, wat zij hiervan merken in hun dagelijks leven en welke aanknopingspunten dit biedt voor zorgvuldigere journalistieke keuzes. Daarbij is de centrale hoofdvraag:

Hoe ervaren transgender en non-binaire personen in Nederland de impact van mediaberichtgeving over transgender-gerelateerde onderwerpen, en welke journalistieke keuzes dragen volgens hen bij aan schade of juist aan herkenning, begrip en veiligheid?

Daarbij staan vier deelvragen centraal: welke vormen van berichtgeving als belemmerend worden ervaren en waarom, hoe die berichtgeving doorwerkt in gevoelens, gedrag, veiligheidsbeleving en contact met anderen, welke media-ervaringen juist steunend kunnen zijn en waarom, en wat deelnemers mediamakers willen meegeven om berichtgeving over transgender-gerelateerde onderwerpen te verbeteren.

Het rapport is in de eerste plaats geschreven voor mediamakers, redacties en andere professionals die nieuws, verhalen, documentaires, talkshows of online content of andere soorten media maken. Daarnaast zijn de resultaten relevant voor beleidsmakers, onderzoekers, belangenorganisaties, transgender en non-binaire lezers die herkenning of onderbouwing zoeken en mediagebruikers die bewuster willen omgaan met de rol van media in de beeldvorming van transgender mensen.

Leeswijzer

In Hoofdstuk 2 worden de onderzoeksmethoden beschreven: hoe zijn we te werk gegaan om de impact van media te onderzoeken? Hoofdstuk 3 bespreekt de resultaten aan de hand van vier deelthema's: belemmerende aspecten van media, impact op gevoelens en dagelijks leven, steunende media-ervaringen en verbeterpunten voor mediaprofessionals. Hoofdstuk 4 presenteert de

conclusies: wat dit onderzoek toevoegt aan bestaande kennis en hoe het aansluit bij eerder werk van Transgender Netwerk. Hoofdstuk 5 benoemt ten slotte de tips die wij mediamakers meegeven op basis van dit rapport.

2. Onderzoeksmethoden

Voor het verzamelen van de data zijn er in dit onderzoek twee methoden gecombineerd: focusgroepen en een online vragenlijst. In de eerste fase zijn er focusgroepsgesprekken gehouden met transgender personen in Nederland. Deze gesprekken waren bedoeld om te verkennen welke ervaringen, zorgen, behoeften en terugkerende thema's voor deelnemers centraal staan als het gaat om mediaberichtgeving over transgender personen en gerelateerde onderwerpen. De inzichten uit de focusgroepen vormden vervolgens de basis voor de vragenlijst. Met deze vragenlijst is onderzocht in hoeverre thema's uit de gesprekken ook herkenbaar waren voor een grotere groep transgender respondenten. Deze opzet maakte het mogelijk om de kracht van beide methoden te benutten. De focusgroepen boden namelijk ruimte voor persoonlijke verhalen, uitgebreidere uitleg en ook voor onderlinge uitwisseling, terwijl de vragenlijst hielp om terugkerende ervaringen breder in kaart te brengen en verbanden te verkennen tussen mediablootstelling, gedrag en welzijn. In beide fasen stonden de ervaringen en perspectieven van transgender mensen centraal. Hiermee wil dit onderzoek zo zorgvuldig mogelijk in beeld brengen hoe mediaberichtgeving daadwerkelijk doorwerkt in hun leven.[4]

[4] Deze opzet sluit aan bij een kwalitatief gedreven sequentieel mixed-methods onderzoeksontwerp (QUAL > quan) zoals omschreven door Creswell en Clark (2017). Dit betekent dat de focusgroepen (QUAL) de inhoudelijke basis vormden voor het onderzoek, waarna de vragenlijst (quan) is gebruikt om de daaruit voortgekomen thema's bij een grotere groep respondenten te toetsen. De vragenlijst is nadrukkelijk gebruikt als aanvulling op de kwalitatieve inzichten en is niet bedoeld om uitspraken te doen over de hele transgender populatie in Nederland; daarvoor is de steekproef niet representatief genoeg.

De deelnemers aan dit onderzoek waren allemaal **transgender personen**. In dit rapport gebruiken we dit als parapluterm voor alle deelnemers die zich niet of niet eenduidig identificeren met hun geboortegeslacht, zoals trans mannen, trans vrouwen of non-binaire mensen.[5]

[5] In dit rapport wordt met 'transgender personen' iedereen bedoeld die zich identificeert als transgender man, transgender masculien, transgender vrouw, transgender feminien, non-binair, androgien, genderqueer, genderfluïde, en/of agender. Om groepsverschillen aan te kaarten, wordt er naar deelnemers verwezen als transgender vrouwen (zij/haar), transgender mannen (hij/hem) of non-binaire deelnemers (die/diens). Dit verhoogt het leesgemak en daarmee hopen we onze bevindingen aan een zo breed mogelijk publiek kenbaar te maken. Helaas bestaat er hierbij een kans dat er deelnemers zijn die zich niet (geheel) identificeren met de gendercategorieën en/of andere aanspreekvormen als voorkeur hebben. De individuele voorkeuren van de deelnemers waren echter helaas niet vastgelegd en dit kan niet met terugwerkende kracht gecontroleerd worden i.v.m. privacyoverwegingen. Wees tijdens het lezen daarom bewust van de diversiteit die achter de gebruikte groepstermen en aanspreekvormen kan schuilgaan.
Meer weten? Lees verder op https://www.transgendernetwerk.nl/thema/media/taal/

Positionaliteit

Wie een onderzoeker is en hoe die door de deelnemers wordt gezien, kan invloed hebben op wat er in gesprekken wordt gedeeld, welke accenten tijdens de analyse opvallen en ook hoe bevindingen uiteindelijk zijn verwoord. De focusgroepen zijn afgenomen door een onderzoeker uit de transgendergemeenschap. Dit kan hebben bijgedragen aan herkenning en vertrouwen in de onderzoeker, wat mogelijk heeft geleid tot een grotere bereidheid van deelnemers om open over hun ervaringen te spreken. Tegelijk kan nabijheid tot het onderwerp ook invloed hebben op welke aannames onbewust worden meegenomen in de gesprekken en interpretaties ervan. De kwalitatieve analyse en uitwerking van de focusgroepdata zijn daarna voornamelijk uitgevoerd door een jongvolwassen, witte cisgender vrouw, die zelf niet tot de doelgroep van dit onderzoek behoort. Ook de kwantitatieve analyse is uitgevoerd vanuit een positie buiten de onderzochte groep, namelijk door een cisgender witte man. Deze positie brengt onvermijdelijk afstand mee tot de ervaringen van transgender en non-binaire deelnemers, daarom is er tijdens het onderzoeksproces steeds geprobeerd zo dicht mogelijk bij de woorden en betekenissen van deelnemers zelf te blijven. Ook zijn bevindingen en verwoordingen waar mogelijk onderling besproken tussen de betrokken onderzoekers en met teamleden en transgender personen werkzaam bij Transgender Netwerk. Uitgebreidere reflectie van de drie betrokken onderzoekers op hun eigen positie is te lezen in Bijlage A.

Focusgroepen

Om inzicht te krijgen in de veelzijdige manieren waarop trans-gerelateerde media wordt ervaren, zijn er in totaal drie focusgroepen gehouden met volwassen transgender personen in Nederland. Deze gesprekken vonden online plaats om de drempel te verlagen om mee te doen. Ook zijn de deelnemers op basis van genderidentiteit ingedeeld in de groepen, zodat er binnen de gesprekken meer herkenning kon ontstaan. Dit maakt het makkelijker voor deelnemers om zich vrij te voelen en openlijk over hun ervaringen te spreken.

Waarom focusgroepen?

In focusgroepen krijgen deelnemers de ruimte om ervaringen in hun eigen woorden te beschrijven. Ten opzichte van één-op-één interviews kan de groepsdynamiek in een focusgroep zichtbaar maken waar perspectieven overlappen of juist verschillen tussen deelnemers. Deelnemers kunnen elkaars ervaringen namelijk aanvullen, tegenspreken of verder helpen verwoorden. Dat kan rijkere informatie opleveren dan wanneer ervaringen alleen afzonderlijk worden uitgevraagd. Dat is van belang voor dit onderzoek omdat we een zo breed maar diepgaand mogelijk idee willen opdoen van hoe mediaberichtgeving over transgender-gerelateerde onderwerpen wordt beleefd.

Deelnemers

In totaal namen 13 personen deel aan de focusgroepen. Zij werden geworven via een online oproep op verschillende sociale mediakanalen en netwerken van Transgender Netwerk, waaronder WhatsApp-groepen en Instagram. Geïnteresseerden konden zich aanmelden en werden per e-mail benaderd met meer informatie over het onderzoek en de praktische gang van zaken. Ze zijn ingedeeld in drie groepen op basis van hun genderidentiteit. Er zaten 6 deelnemers in de groep met transgender vrouwen en trans feminiene personen, 4 deelnemers in de groep met transgender mannen en trans masculiene personen, en 3 deelnemers in de groep met non-binaire personen. In de rest van dit rapport verwijzen we

naar deze groepen met de verkorte termen transgender vrouwen, transgender mannen en non-binaire deelnemers. Alle deelnemers waren op het moment van de focusgroepen woonachtig in Nederland en de leeftijden varieerden van 24 tot 66 jaar.

Uitvoering

De focusgroepen vonden online plaats en zijn semigestructureerd uitgevoerd aan de hand van een topiclijst (zie Bijlage B) en duurden tussen de 90 en 120 minuten. Door semigestructureerd te werken, kwamen in alle groepen dezelfde hoofdthema's aan bod, terwijl er tegelijk ruimte bleef om door te vragen op onderwerpen die deelnemers zelf belangrijk vonden of spontaan inbrachten. In de gesprekken kwamen onder meer de volgende onderwerpen aan bod: de mediavormen die de deelnemers gebruiken, hun ervaringen met berichtgeving over transgender personen, de manier waarop zij transgender en non-binaire personen gepresenteerd zien worden in verschillende media en hoe die mediaberichtgeving doorwerkt in hun welzijn, gedrag en sociale omgeving. Ook is stilgestaan bij veranderingen in mediaberichtgeving over de jaren heen en bij wat deelnemers zelf graag anders zouden zien in de manier waarop media over transgender onderwerpen berichten.

Analyse

De focusgroepen zijn na afloop getranscribeerd en vervolgens thematisch geanalyseerd in ATLAS.ti. De analyse verliep iteratief, wat betekent dat de onderzoekers tijdens het coderen steeds heen en weer bewogen tussen afzonderlijke uitspraken interpreteren en patronen ontdekken. Hiervoor zijn er eerst open codes toegekend aan betekenisvolle uitspraken van deelnemers, waarna verwante codes zijn samengebracht tot clusters die vervolgens verder zijn uitgewerkt tot overkoepelende thema's. Tijdens dit proces is steeds teruggekeerd naar de oorspronkelijke transcripties om te controleren of de interpretaties goed aansloten bij wat deelnemers daadwerkelijk zeiden en hoe zij hun ervaringen verwoordden. Op die manier is geprobeerd de analyse zo dicht mogelijk bij de betekenissen van de deelnemers zelf te houden.

Vragenlijst

Dataverzameling

Veelgenoemde sentimenten in de focusgroepen zijn als stellingsvragen opgenomen in de vragenlijst. Met behulp van de enquêtedata hebben we onderzocht hoe een bredere groep transgender personen denkt over de opvattingen die naar voren kwamen gedurende de focusgroepen. De link voor deze enquête is gedeeld via een oproep in de nieuwsbrief van Transgender Netwerk, en ook op al hun sociale mediakanalen (o.a. Transgendernetwerk.nl, Instagram, LinkedIn, Facebook, en Bluesky). Daarnaast is de oproep in meerdere transgender community-groepen op Facebook geplaatst, en andere organisaties zoals Transvisie hebben geholpen de vragenlijst verder te verspreiden binnen hun netwerken.

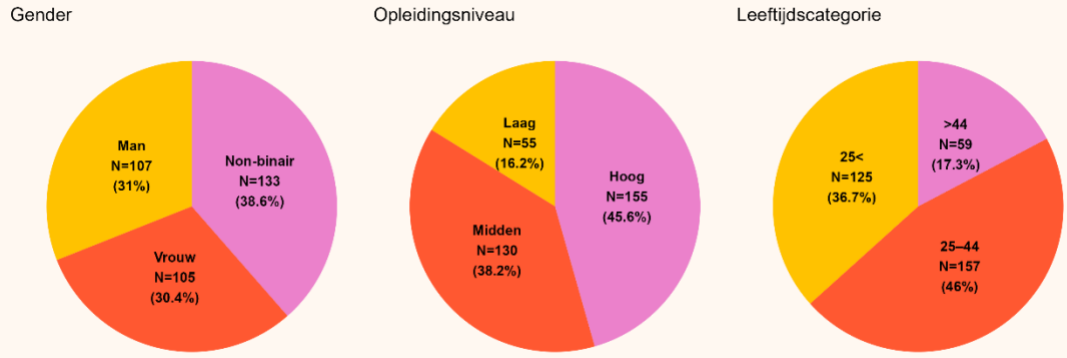
597 personen hebben hierop gereageerd van 15 maart tot 28 maart in 2025. De 32 respondenten die hun genderidentiteit weigerden op te geven of cisgender waren, zijn verwijderd uit de dataset. Hierna zijn 220 respondenten uit de dataset verwijderd die na het opgeven van hun achtergrondkenmerken niet genoeg informatie hebben geleverd om meegenomen te kunnen worden in minstens één van de voltrokken analyses. De resterende steekproef bestaat hiermee uit 345 personen. Het was niet voor iedere analyse mogelijk om al deze 345 respondenten mee te nemen wegens ontbrekende antwoorden op sommige vragen.

Achtergrond deelnemers onderzoek

Gekeken naar de achtergrondkenmerken is de steekproef niet representatief naar opleidingsniveau en leeftijd. Vergeleken met eerdere data verzameld door het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS, 2024a) zien we dat deze steekproef aanzienlijk hoger opgeleid en jonger is vergeleken met de algehele transgender populatie in Nederland. Qua genderidentiteit zien we dat transgender mannen en vrouwen ongeveer in gelijke mate voorkomen, non-binaire mensen komen het vaakst voor in de steekproef. Wat betreft huidskleur gaf 86% van de deelnemers aan een witte huidskleur te hebben en 0,1% een zwarte huidskleur. Daarnaast

omschreef 11% van de deelnemers hun huidskleur als meer wit dan zwart, en 3% als meer zwart dan wit. Omdat we weinig weten over hoe huidskleur verdeeld is onder alle transgender personen in Nederland, kunnen we niet zeggen of bepaalde groepen onder- of oververtegenwoordigd zijn.

Figuur 2. Achtergrondkenmerken van deelnemers aan het enquête-onderzoek



Omdat sommige groepen maar een beperkt aantal deelnemers hadden, zijn de resultaten niet gewogen op achtergrondkenmerken zoals leeftijd en opleidingsniveau. Wanneer dit wel zou gebeuren, zouden de antwoorden van een klein aantal deelnemers sterk worden opgeschaald om een veel grotere groep te vertegenwoordigen. De uitkomsten zouden daardoor representatiever en zekerder lijken dan ze werkelijk zijn, terwijl ze in feite leunen op de antwoorden van slechts enkele mensen, een vorm van schijnbetrouwbaarheid. Wijken die paar deelnemers toevallig af, dan werkt dat meteen sterk door in het eindresultaat. Er zijn geen registerdata over transgender mensen aanwezig die hiervoor te gebruiken zijn. De data die op het moment van onderzoek beschikbaar was voor weging, was de data uit de veiligheidsmonitor van het CBS (2024b). Aangezien het percentage transgender personen in de steekproef van het CBS zeer klein was, is de mogelijkheid aanwezig dat er een vertekening is in uitkomsten door foutieve of niet-representatieve antwoorden van cisgender respondenten. Hierdoor zou weging niet noodzakelijkerwijs tot een accurater beeld leiden,

maar eerder tot een mogelijke vertekening van de uitkomsten over transgender personen. Om deze redenen is afgezien van weging op achtergrondkenmerken.

Om alsnog een goed beeld te geven van verschillen tussen deelnemers, zijn de resultaten uitgesplitst naar verschillende achtergrondkenmerken. De uitkomsten van dit onderzoek geven daarmee een beeld van de ervaringen van de deelnemers aan dit onderzoek, maar zijn daarmee niet per se representatief voor alle transgender personen. Bij de verdere analyses (associatieve statistieken) is wel rekening gehouden met achtergrondkenmerken, zodat verschillen tussen groepen beter kunnen worden meegenomen (als controlevariabelen).

Verwerking van de gegeven antwoorden

In deze paragraaf benoemen we welke vragen zijn gesteld in de enquête, en hoe de antwoorden op deze vragen (variabelen) worden ingezet voor de beschrijvende en associatieve statistieken. Bij sommige antwoordopties staat een cijfer vermeld; voor de associatieve statistieken gebruiken we dit cijfer als 'score' om aan te geven in hoeverre iemand een bepaalde stelling onderschrijft, bepaald gedrag vertoont, etc. Door antwoordopties numeriek uit te drukken kunnen we toetsen in hoeverre deze met elkaar samenhangen.

Achtergrondkenmerken

Genderidentiteit is geregistreerd door te vragen: "Wat is je genderidentiteit? (Er zijn meerdere antwoordmogelijkheden)" met de antwoordopties: Trans vrouw, trans man, trans feminien, trans masculien, non-binair, androgien, genderqueer, genderfluïde en agender. Genderidentiteit is heringedeeld in drie categorieën: Trans vrouw, trans man en non-binair. Respondenten die trans vrouw of trans man selecteerde in combinatie met een non-binaire genderidentiteit zijn ingedeeld bij de geselecteerde binaire identiteit. Hier is voor gekozen omdat non-binaire mannen en non-binaire vrouwen qua antwoorden op diverse vragen meer gelijkenis vertoonden met personen die tot hun aangegeven binaire genderidentiteit behoorden dan overige

non-binaire personen. Respondenten die aangaven zich te identificeren als trans masculien, maar niet als trans man of als trans feminien, maar niet als trans vrouw zijn ingedeeld onder de non-binaire groep. We konden non-binaire vrouwen en non-binaire mannen helaas niet als aparte groepen meenemen: daarvoor waren deze te klein om betekenisvolle statistieken op te vragen.

Voor het meten van opleidingsniveau werd aan respondenten gevraagd: “Wat is de HOOGSTE schoolopleiding die je hebt VOLTOOID?” De 12 antwoordopties waren: Overige (geef nadere toelichting) (Missende waarde of hercodering), Geen schoolopleiding voltooid na de lagere school (0), Lager beroepsonderwijs, lagere technische school, nijverheidsonderwijs, huishoudschool, VMBO basisberoepsgerichte of kaderberoepsgerichte leerweg (1), VMBO theoretische of gemengde leerweg, MAVO, MULO, ULO (2), KMBO, VHBO (3), MBO (beroepsopleidende leerweg) (4), HAVO, MMS (5), VWO, atheneum, gymnasium, HBS (6), MBO-plus voor toegang tot het HBO, korte HBO-opleiding (korter dan 2 jaar) (7), Hoger beroepsonderwijs (HBO), kweekschool, conservatorium, MO-acten, nieuwe stijl hoge scholen (8), Wetenschappelijk onderwijs (WO), universiteit, technische - economische hogeschool oude stijl (9), Postdoctorale opleiding (leraren- en beroepsopleidingen zoals medici, apotheker) (10), Aio/Oio of andere promotieopleiding tot graad van doctor (11). Voor grafische weergaven zijn de volgende drie groepen geconstrueerd aan de hand van de SOI 2021 (CBS, 2025): Laag (0 t/m 2), middelbaar (3 t/m 6) en hoog (7 t/m 11). Hoewel er discussie bestaat over de normatieve en politieke lading van de termen 'laag-', 'middelbaar-' en 'hoogopgeleid', worden deze begrippen in dit rapport gehanteerd omdat zij voor een breed Nederlands publiek herkenbaar zijn en aansluiten bij de classificatiekaders van het CBS. Alternatieve termen, zoals 'praktisch' en 'theoretisch' opgeleid, kennen op dit moment nog te weinig eenduidige definities en afbakeningen om te kunnen gebruiken en te vergelijken met andere data.

Stedelijkheid is gemeten door de vraag: “Welke omschrijving past het beste bij waar je woont?” te stellen. De antwoordopties waren: Een boerderij of woning op het platteland (0), een dorp (1), een kleine stad (minder dan 100.000 inwoners) (2), de voorsteden of buitenwijken van een grote stad (3), een grote stad (meer dan 100.000 inwoners) (4).

Mediagebruik en -blootstelling

Voor de variabelen betreffende mediagebruik en -blootstelling is specifiek gevraagd naar de volgende mediatypes die ook benoemd werden in de focusgroepen: Boeken, documentaires, gedrukte krant, journaal, online nieuws (bv. Nu.nl, Telegraaf, NOS, etc.), series, sociale media (bv. Instagram, Facebook, Tiktok, Whatsapp, Reddit, Discord etc.), talkshows, tijdschriften, radio. Voor het meten van algemeen mediagebruik is gevraagd: “Hoe vaak gebruik je de volgende media?”, met antwoordopties: Nooit (0), Jaarlijks (1), Maandelijks (2), Wekelijks (3), Dagelijks (4), Meerdere keren op een dag (5).

Blootstelling aan positieve en negatieve mediaberichtgeving over transgender onderwerpen is gemeten door de volgende vragen te stellen: “Hoe vaak zie je (Vraag 1: positieve, Vraag 2: negatieve) mediaberichtgeving over transgender onderwerpen?”, met voor ieder item de antwoordopties: N.v.t, Nooit (0), Jaarlijks (1), Maandelijks (2), Wekelijks (3), Dagelijks (4), Meerdere keren per dag (5).

Voor het meten van algemene positieve en negatieve mediablootstelling is de gemiddelde score over positieve en negatieve mediaberichtgeving berekend. Hierbij is de antwoordoptie ‘N.v.t.’ meegenomen als nulscore, aangezien dit qua blootstelling equivalent is aan iemand die dit mediatype wel raadpleegt, maar geen negatieve/positieve blootstelling meekrijgt. Dit is geen perfecte maatstaf, aangezien de verschillen tussen antwoordcategorieën ongelijk zijn, maar het helpt ons wel om een mate van blootstelling te benaderen.

Samenhangsmaten laten dan ook zien dat deze scores op een theoretisch aannemelijke wijze samenhangen met mentale welzijns- en

gedragsuitkomsten, wat erop wijst dat deze indexscore volstaat als benadering van daadwerkelijke mediablootstelling (zie Bijlage C voor bivariate correlaties en robuustheidsanalyses). De indexscores zijn gecentreerd: wat betekent dat een score van 0 wijst op een gemiddelde hoeveelheid positieve of negatieve mediablootstelling. Ongeveer 2/3 van de respondenten scoren tussen -0,5 en 0,5 voor deze variabele, deze waardes worden gebruikt voor de horizontale uiteindes van de grafieken. De verdelingen zijn grafisch weergegeven in Bijlage D.

Waardering van vorm en inhoud mediaberichtgeving

Om te kunnen stellen welke vorm en inhoud van mediaberichtgeving waardevol geacht wordt door transgender personen is gevraagd: “Hoe hoog waardeer jij in een media-item (op een schaal van 1-10 waarbij 10 de hoogste waardering is):”. De items waren: Als er respectvolle taal gebruikt wordt, Dat iemand aan het woord komt die trans is, Dat de feiten kloppen, Dat nepnieuws wordt weersproken, Dat het een positief verhaal is, Dat het de realiteit goed afbeeldt. Respondenten konden als score gehele getallen toekennen van 1 (lage waardering) tot en met 10 (hoogste waardering).

Welzijn, mediastress en gedrag

Voor het meten van de mentale gezondheid van respondenten zijn vragen gesteld uit de Mental Health Inventory-5 (MHI-5), een beknopte vragenlijst die regelmatig gebruikt wordt in psychologisch onderzoek en diagnostiek voor het meten van iemands mentale gezondheid (Ten Have et al., 2024). Er werd gevraagd in hoeverre respondenten zich in de afgelopen 4 weken op een bepaalde manier voelden. De items waren: Voelde je je erg zenuwachtig? (gespiegeld), voelde je je kalm en rustig?, voelde je je neerslachtig en somber? (gespiegeld), voelde je je gelukkig?, en zat je zo erg in de put dat niets je kon opvrolijken? (gespiegeld).
De antwoordopties voor de positief geformuleerde items waren: Nooit (0), Zelden (1), Soms (2), Vaak (3), Meestal (4), Voortdurend (5). Voor de negatief geformuleerde items werden de scores gespiegeld: Nooit (5), Zelden (4), Soms (3), Vaak (2), Meestal (1), Voortdurend (0).

De scores zijn voor iedere respondent bij elkaar opgeteld en viermaal vermenigvuldigd.[6] De scores kunnen van 0 tot 100 lopen, waarbij een score van 60 of lager wijst op de aanwezigheid van psychische klachten in de afgelopen maand (Trimbos instituut, 2025).

Hoeveel stress men ervaart wegens mediaberichtgeving over transgender onderwerpen is als volgt gemeten: "Heb je de afgelopen 4 weken stress ervaren wegens mediaberichtgeving die over transgender onderwerpen ging?", met als antwoordopties: Nee, (bijna) niet (0), Ja, een beetje stress (1), Ja, veel stress (2), Ja, heel veel stress (3).

Gedragsaanpassing en angst zijn gemeten aan de hand van de volgende vragen: "Ik pas mijn gedrag aan in mijn leven door wat ik zie in de media als het gaat om transgerelateerde kwesties (dus bijvoorbeeld een M/V gebruiken i.p.v. X, anders kleden, stealth leven, etc.)" en "Ik ben angstig voor de toekomst als transgender persoon". De antwoordopties voor deze vragen waren: Helemaal niet mee eens (0), niet mee eens (1), neutraal (2), mee eens (3), helemaal mee eens (4).

Genderexpressie en identiteit

Respondenten zijn gevraagd: 'Hoe vaak presenteer je naar buiten toe (genderexpressie) in overeenstemming met jouw genderidentiteit? (Ongeacht hoe dit gezien/begrepen wordt door anderen)'. De antwoordopties hiervoor waren: Nooit (0), zelden (1), soms (2), meestal (3), altijd (4), anders (NA/open antwoord).

[6] Cronbach's alpha = 0,87. Deze score duidt erop dat binnen de steekproef, net als op populatieniveau, er sprake is van sterke samenhang tussen de meegenomen stellingen.

Tabel 1. Beschrijvende statistieken

	%	Min	Max	Gem.	SD	Valide N
Genderidentiteit						345
Vrouw	31,01%					107
Man	30,43%					105
Non-binair	38,55%					133
Opleidingsniveau		0	11	6	2,83	340
Laag	16,18%					55
Middelbaar	38,24%					130
Hoog	45,59%					155
Leeftijd		13	79	31,57	13,17	341
<25	36,66%					125
25-44	46,04%					157
>44	17,30%					59
Stedelijkheid		0	4	2,79	1,26	345
Dorp, boerderij, platteland	21,44%					74
Kleine stad, voorsteden/buitenwijken grote stad	31,88%					110
Een grote stad	46,67%					161
Positieve mediablootstelling (gecentreerd)		-1,06	2,24	0	0,54	345
Negatieve mediablootstelling (gecentreerd)		-1,40	3,10	0	0,65	345
Mentale gezondheid (MHI-5)		0	100	55,53	18,89	334
Stress over transgender onderwerpen		0	3	1,64	0,93	325
Nee, (bijna) niet	10,46%					

Ja, een beetje stress	36,00%					
Ja, veel stress	32,31%					
Ja, heel veel stress	21,23%					
Angst voor de toekomst als transgender persoon		0	4	3,24	0,87	325
Gedrag aanpassen aan de hand van mediaberichtgeving		0	4	2,06	1,32	325
Hoe vaak presenteer je naar buiten toe … in overeenstemming .. genderidentiteit?						305
Nooit, zelden, soms	13,11%					40
Meestal	20,00%					61
Altijd	66,89%					204
Verband mediaberichtgeving en samenleving						345
Nee, (Bijna) niet	1,16%					
Ja, een beetje	9,86%					
Ja, veel	34,20%					
Ja, heel veel	54,78%					
Verband mediaberichtgeving en politiek						345
Nee, (Bijna) niet	2,61%					
Ja, een beetje	8,12%					
Ja, veel	30,14%					
Ja, heel veel	59,13%					

Bron: enquêtedata verzameld door Transgender netwerk

Analyse

Naast beschrijvende statistieken (Tabel 1) zijn de samenhangen tussen mediablootstelling en de uitkomstmaten onderzocht met regressieanalyses, waarbij telkens is gecontroleerd voor gender, opleidingsniveau, leeftijd en stedelijkheid. Voor de continue uitkomsten, mentale gezondheid (0–100) en gedragsaanpassing (0–4), is lineaire regressie gebruikt, omdat deze schalen bij benadering als interval te behandelen zijn en zo direct interpreteerbare coëfficiënten opleveren. Voor angst en stress is gekozen voor ordinale logistische regressie (proportional-odds), omdat deze uitkomsten uit weinig en sterk scheef verdeelde categorieën bestaan, waardoor een lineaire behandeling minder passend is. De (quasi-)continue predictoren (positieve en negatieve mediablootstelling, opleiding, leeftijd en stedelijkheid) zijn gecentreerd, zodat het nulpunt overeenkomt met een gemiddelde score en de effecten in de figuren goed te interpreteren zijn. Genderidentiteit is als categorische predictor opgenomen met trans vrouw als referentiecategorie.

Per uitkomst is stapsgewijs gemodelleerd: eerst een basismodel met alleen de achtergrondkenmerken, vervolgens met mediablootstelling, en daarna met interactietermen om te toetsen of de samenhang tussen media en de uitkomst verschilt naar genderidentiteit, opleiding, leeftijd en stedelijkheid. In de tabellen worden zowel ongestandaardiseerde (b) als gestandaardiseerde (B) coëfficiënten weergegeven, zodat effecten ook onderling vergelijkbaar zijn. Modelassumpties zijn per basismodel getoetst; bij heteroscedasticiteit zijn robuuste standaardfouten (HC3) gebruikt. Doordat niet iedereen alle vragen beantwoordde, verschilt het aantal respondenten per analyse; per analyse zijn respondenten met ontbrekende waarden op de betrokken variabelen buiten beschouwing gelaten. Alle analyses zijn uitgevoerd in R; de volledige modellen en de assumptietoetsen staan in Bijlage F.

3. Resultaten

Dit hoofdstuk bespreekt de resultaten per thema. Uit de focusgroepen kwamen vier terugkerende thema's naar voren. Deelnemers spraken over belemmerende en ontmenselijkende kanten van mediaberichtgeving, over de manier waarop mediaberichten en representaties doorwerken in hun dagelijks leven, over momenten waarop media juist steunend kunnen zijn, en over wat volgens hen nodig is om berichtgeving over transgender-gerelateerde onderwerpen te verbeteren. Deze thema's worden hieronder uitgewerkt, en waar relevant aangevuld met bevindingen uit de vragenlijst.

3.1 'Wij zijn toch gewoon mensen?' Als mediadiscussies steeds weer over je bestaan gaan

In alle drie de focusgroepen kwam naar voren dat mediaberichtgeving over transgender en non-binaire mensen voor deelnemers vaak niet alleen negatief, maar vooral vervreemdend voelde. Dat kwam niet alleen door openlijke vijandige uitspraken. Minstens zo belangrijk was de manier waarop transgender-gerelateerde onderwerpen in de media worden neergezet: als uitzondering, als maatschappelijk twistpunt of als onderwerp waar eindeloos over gediscussieerd mag worden. Daardoor zagen deelnemers zichzelf in berichtgeving vaak terug als onderwerp van discussie, en veel minder als mensen met een eigen leven, werk, relaties, zorgen en ambities.

Wat deelnemers daarin vooral dwarszat, was dat media transgender onderwerpen geregeld brengen alsof er twee gelijkwaardige kanten tegenover elkaar staan: een kant die opkomt voor de rechten en veiligheid van transgender mensen, en een kant die die rechten of bestaanswijze ter discussie stelt. Voor deelnemers voelde dat niet als zorgvuldige journalistiek, maar als een vorm van afstandelijkheid die hun menswaardigheid ondermijnt. Een non-binaire focusgroep-deelnemer verwoordde dat als volgt: "Het lijkt er bijna op alsof ze koste wat kost zo

neutraal en centristisch mogelijk willen zijn, maar ik vind eigenlijk dat dat in dit geval gewoon niet de juiste weg is, omdat het hier om mensenrechten gaat" (FG 3, S2). In de focusgroep met transgender vrouwen werd dat nog directer samengevat: "Waarom zijn wij politiek, wij zijn toch gewoon mensen?" (FG 1, S1).

Voor deelnemers zit het probleem bovendien niet alleen in de toon van de berichtgeving, maar ook in de scheve verdeling van aandacht. Zij hebben het gevoel dat media onevenredig veel ruimte maken voor ophef en uitzonderingen, terwijl onderwerpen die voor hun dagelijks leven veel directer van belang zijn, zoals wachtlijsten, zorg, veiligheid en alledaagse ervaringen, veel minder aandacht krijgen. Een deelnemer zei hierover:

> Ik heb dus zelf het gevoel dat er in de media tien keer zo veel aandacht is voor bijvoorbeeld transgenders met spijt dan voor de lengte van de wachtlijsten. En dat vind ik zelfs heel raar, want het is per omvang van probleem en leed echt niet te vergelijken. (FG 1, S6)

Die scheefgroei maakt dat deelnemers zich negatief en verkeerd gerepresenteerd voelen.

Ook in de verdere gesprekken werd duidelijk dat deelnemers zich stoorden aan hoe vaak mensen met weinig kennis toch ruimte krijgen of innemen om stellige uitspraken te doen. Eén deelnemer noemde expliciet het bijzonder te vinden dat "zoveel mensen er zo'n sterke mening over hebben, terwijl ze er zo weinig van afweten" (FG 3, S3). Een ander wees erop dat ook journalisten of presentatoren soms onvoldoende kennis hebben om misinformatie goed te herkennen of te weerleggen, waardoor twijfel en onbegrip blijven hangen. Daarmee gaat het probleem voor deelnemers niet alleen om vijandigheid, maar ook over hoe gemakkelijk slecht geïnformeerde opvattingen in media toch geloofwaardigheid kunnen krijgen.

3.1.1. Eenzijdige mediaweergave van hoe het is om een transgender persoon te zijn

Naast die debattoon stoorden deelnemers zich ook aan de eenzijdigheid van veel representaties. Ze zagen vaak dezelfde vereenvoudigde verhalen terug, waardoor een beperkt en sociaal beter verteerbaar beeld van transgender mensen dominant blijft. Bepaalde ervaringen lijken veel minder goed te passen binnen het beeld dat media van transgender personen schetsen. Vooral transgender mannen en non-binaire deelnemers vertelden dat zij zichzelf weinig of helemaal niet herkennen in de mediarepresentatie die het meest zichtbaar is. Zo beschreef een deelnemer bewust gezocht te hebben naar series en films met transgender mannen, maar vooral terechtkwam bij verhalen die volledig om transitie draaiden en nauwelijks om iemands verdere leven.

In de focusgroepen werd vaker genoemd dat media opvallend vaak terugvallen op één herkenbaar script: iemand die al op jonge leeftijd “zeker weet” transgender te zijn, die uiteindelijk “passed” als heteroseksuele man of vrouw, en daarmee past binnen de bestaande verwachtingen over mannelijkheid en vrouwelijkheid. Een deelnemer uit de focusgroep met transgender vrouwen omschreef bijvoorbeeld het dominante beeld van een transgender vrouw als “een soort prachtige passing trans vrouw” (FG 1, S1): iemand die opnieuw aan allerlei verwachtingen van vrouwelijkheid moet voldoen, terwijl dat volgens haar voor de meerderheid van transgender mensen helemaal niet opgaat. Dat beeld werd als beperkend ervaren: het sluit niet alleen veel levens uit, maar maakt ook duidelijk welke verhalen van transgender mensen wel en niet als begrijpelijk of acceptabel worden gezien.

Voor deelnemers kwam daar nog specifiek bij dat zij nog minder mediarepresentatie van non-binaire mensen zien dan van transgender mensen. Deze deelnemers voelden zich in berichtgeving niet alleen verkeerd weergegeven, maar soms ook compleet vergeten. Volgens hen begint dat al in taalgebruik, wanneer media blijven spreken in termen van

mannen en vrouwen. Daarmee gaat onzichtbaarheid niet alleen over afwezigheid in beelden, maar ook over afwezigheid in woorden.

Deelnemers wezen er daarnaast op dat die eenzijdigheid niet alleen over genderidentiteit gaat, maar ook over etniciteit. In de focusgroepen werd benoemd dat het dominante mediabeeld in Nederland vaak opnieuw uitkomt bij witte transgender personen wat het beeld schept “dat queer mensen altijd wit zijn” (FG 1, S1). Daarmee wordt duidelijk dat zij in media niet alleen meer ruimte missen voor verschillende genderidentiteiten, maar ook voor transgender en non-binaire mensen van kleur.

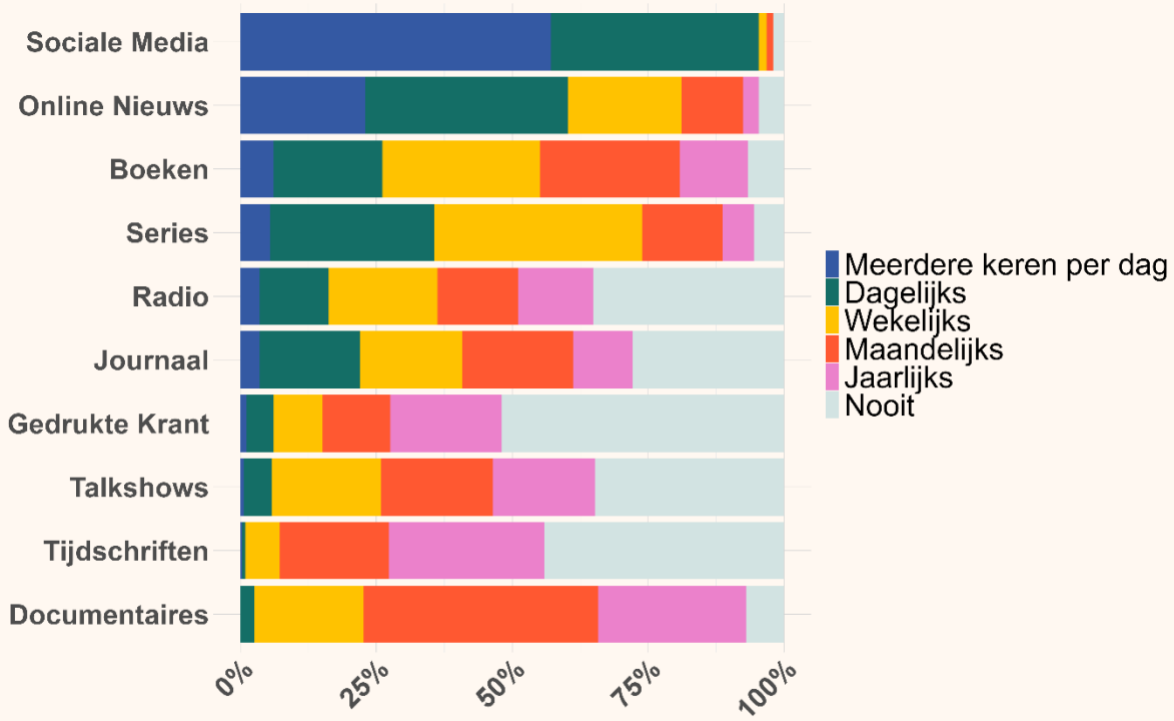
3.1.2. Tussen nieuws, steun en haatreacties: sociale media als beladen mediaomgeving

Deelnemers beschreven sociale media als een onmisbare maar beladen online omgeving. Juist daar liepen nieuwsberichten, persoonlijke verhalen, activistische posts en commentaren voortdurend door elkaar. Daardoor kregen zij zowel de berichtgeving zelf te zien, als de stroom aan meningen en reacties eronder; vooral op platformen zoals Instagram, Reddit, YouTube, Discord, Facebook en TikTok. Voor veel deelnemers gaf dat berichten over transgender thema’s een extra lading, omdat steunende mediaberichten als openlijke vijandigheid er vlak naast elkaar stonden. Zoals een deelnemer beschreef: “Je ziet wel dat dan het ene deel heel […] supportive en positief [is]. Maar andere mensen wensen je echt de gruwelijkste dingen toe” (FG 1, S3).

Tegelijkertijd laat deze dynamiek zien waarom sociale media zo’n centrale plek innamen in het mediagebruik van deelnemers. Zij gebruiken deze platformen om nieuws te volgen, maar ook om transgender mediamakers, belangenorganisaties en lokale queer gemeenschappen te vinden en te volgen. Sociale media vormden daarmee niet alleen een plek van confrontatie, maar ook een plek van herkenning, praktische informatie en verbinding vinden met anderen.

Ook in de steekproefdata komt deze centrale positie van sociale media in het mediagebruik terug. Meer dan 95% van de respondenten gaf aan dagelijks of meermaals per dag gebruik te maken van sociale media (zie Figuur 3). Dat aandeel ligt hoger dan onder de Nederlandse bevolking als geheel (61%, Nationaal Media Onderzoek, 2025), al moet die vergelijking voorzichtig worden geïnterpreteerd, omdat de respondenten in deze steekproef gemiddeld jonger zijn. Tegelijkertijd maakt ook een groot deel van de respondenten van 45 jaar en ouder nog dagelijks gebruik van sociale media (81%). Dat dit aandeel zo hoog ligt, hangt vermoedelijk samen met de wervingsmethode: de steekproef is grotendeels online geworven, waardoor socialemediagebruikers oververtegenwoordigd zijn.

Figuur 3. Frequentie van mediagebruik onder deelnemers aan de steekproef



Noot. n=345

Voor veel deelnemers aan de focusgroepen kwam ook online nieuws niet los van sociale media binnen. Nieuws over transgenderzorg, veiligheid, beleid en internationale gebeurtenissen kwamen vaak via sociale media in beeld en werd daarna direct omgeven door reacties en meningen. Daardoor bleef het niet bij informatie alleen, maar zagen deelnemers ook vaak ongevraagd transfobe standpunten voorbijkomen: “Als er iets voorbijkomt in *Reels* [video’s die via het sociale mediaplatform ‘Instagram’ bekeken worden] wat met gender te maken heeft […] dan wensen andere mensen je echt de gruwelijkste dingen toe. […] Ik weet door de media dat dit een ding is, dat mensen dit denken” (FG 1, S3).

60% van de steekproefdeelnemers gaf aan dagelijks nieuws mee te krijgen via onlinekanalen, tegenover 52% van de Nederlandse bevolking als geheel (Figuur 3; Nationaal Media Onderzoek, 2025). Onder respondenten van 45 jaar of ouder liep dit aandeel zelfs op tot 73%. Dit kan een indicatie zijn dat transgender personen relatief vaak online nieuws raadplegen. Anders dan bij sociale media is online nieuws geen wervingskanaal geweest, dus dit cijfer is minder direct door de werving gekleurd. Toch kan er een indirect effect meespelen: wie veel op sociale media zit, krijgt daar ook nieuws voorbij, waardoor intensieve socialemediagebruikers waarschijnlijk vaker online nieuws meekrijgen dan gemiddeld.

Veel minder nadrukkelijk dan sociale media, kwamen traditionele media, zoals gedrukte kranten en radio, in de focusgroepen naar voren. Ook in de surveydata liggen de dagelijkse gebruikspercentages van deze mediatypen lager dan die van sociale media en online nieuws; zelfs onder de oudste leeftijdsgroep die hier vaker gebruik van maakt dan jongere deelnemers. Onder respondenten van 45 jaar en ouder leest 19% de gedrukte krant en luistert 42% radio op dagelijkse basis. Voor de algehele populatie liggen deze cijfers hoger met 26% voor het lezen van de krant en 70% voor het luisteren naar de radio (Nationaal Media Onderzoek, 2024a; 2024b). Overwegende dat zelfs oudere respondenten, die doorgaans meer traditionele media consumeren, hier minder vaak gebruik van maken dan

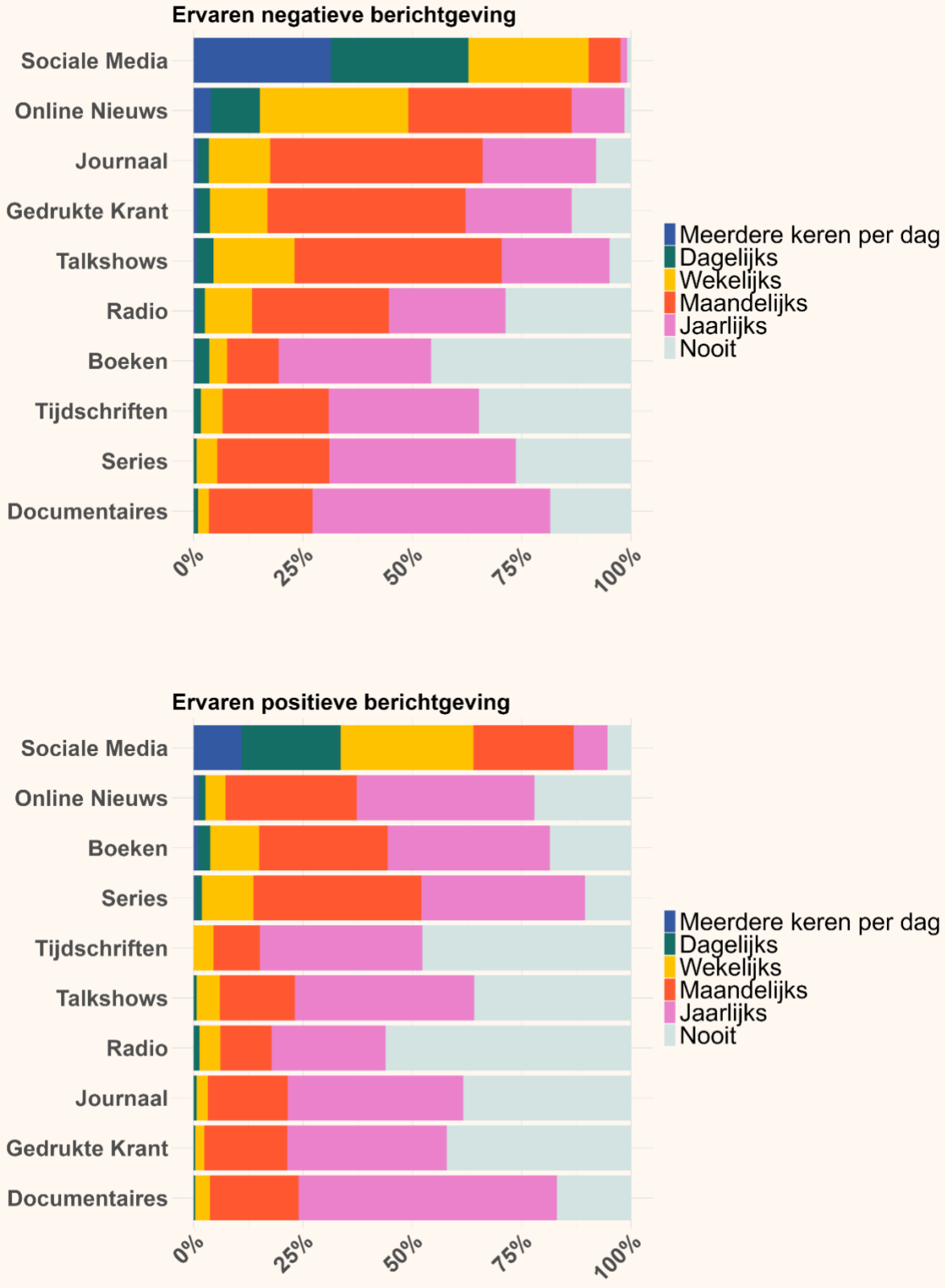
de algehele populatie is dit een voorzichtige indicatie dat deze traditionele media relatief onpopulair zijn onder transgender personen in Nederland.

3.1.3 Mediaberichtgeving: meestal negatief ervaren

Uit de vragenlijst blijkt dat de meeste mediaberichtgeving die transgender personen meekrijgen over transgender onderwerpen, voornamelijk van negatieve aard is. Dit sluit ook aan bij de analyses uit de media monitor. In de meest recente **Mediamonitor van 2025** wordt duidelijk dat mediaberichtgeving omtrent transgender personen sinds 2021 aanzienlijk vaker rapporteert over belemmerende verhaallijnen in verhouding tot niet-belemmerende verhaallijnen.

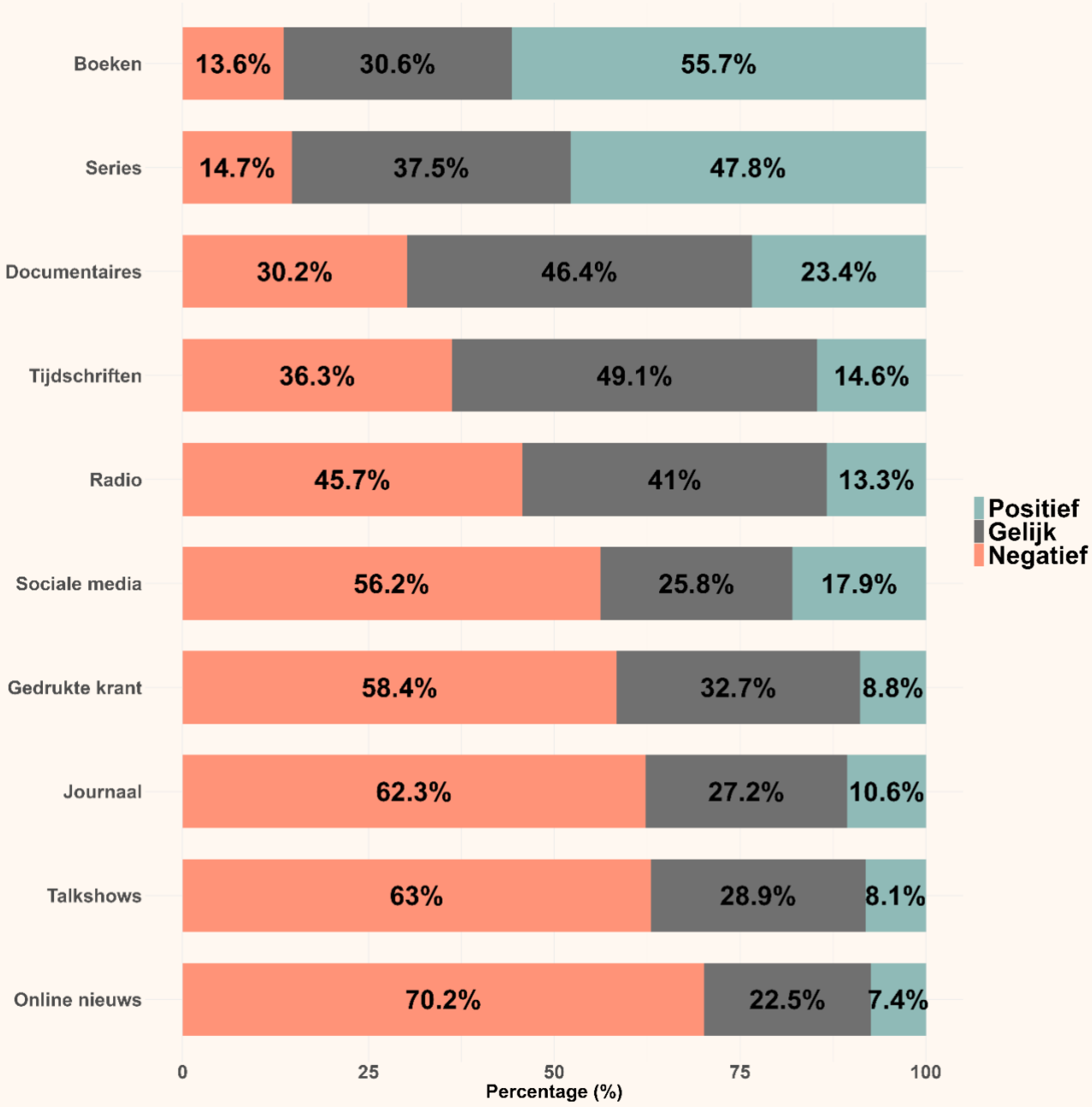
De uitkomsten uit dit onderzoek laten zien dat de verhouding tussen hoe vaak trans mensen mediaberichtgeving als positief of negatief ervaren, sterk verschilt per medium: boeken en series worden vooral als positief ervaren en documentaires worden ongeveer in gelijke mate als positief en negatief ervaren. Voor alle overige mediatypes is er vaker sprake van negatieve dan positieve berichtgeving, vooral bij online nieuws, talkshows en het journaal. (zie Figuur 4 en 5).

Figuur 4. Negatieve en positieve berichtgeving per mediatype



Noot. n=345, missende waardes verwijderd per mediatype

Figuur 5. Verhouding tussen positieve en negatieve berichtgeving per mediatype



Noot. n=345, missende waardes verwijderd per mediatype

Deze verschillen kunnen deels worden verklaard door hoe mensen media gebruiken, iets wat ook in de focusgroepen duidelijk naar voren kwam. Bij sommige mediatypes, zoals boeken en series, kunnen mensen heel bewust kiezen wat ze kijken of lezen. Deelnemers beschreven dan ook hoe zij juist deze media opzochten voor herkenbare en menselijke verhalen, en tegelijk hun nieuws- en socialemediagebruik soms bewust beperkten om nare

beelden te doseren. Daardoor is het bij boeken en series makkelijker om verhalen te vinden waarin trans personen positief of herkenbaar worden afgebeeld, en om negatieve representaties te vermijden. Bij nieuws en actualiteiten, zoals online nieuws, talkshows en het journaal, is die keuzevrijheid veel kleiner. Daar krijg je informatie vaker "mee" in plaats van dat je er actief naar op zoek gaat, waardoor negatieve berichtgeving moeilijker te ontwijken is, precies de onvermijdelijkheid die deelnemers ook bij sociale media benoemden. De verschillen tussen mediatypes zeggen dus niet alleen iets over wat er gemaakt wordt, maar ook over hoeveel controle mensen hebben over wat zij te zien krijgen.

De overweldigende negatieve ervaring van mediaberichtgeving onder transgender personen wordt volgens deelnemers aan de focusgroep veroorzaakt door losse kwetsende uitingen, maar ook door de terugkerende manier waarop transgender personen en transgender thematiek worden neergezet: als debat, als controverse, als uitzondering of als aanleiding voor ophef. De uitkomsten uit de vragenlijst laten verder zien in welke media negatieve mediaberichtgeving het vaakst wordt geobserveerd, namelijk online nieuws, talkshows en het journaal. Boeken en series daarentegen vormen een relatief positieve omgeving voor transgender personen. Verder valt sociale media op: we zien dat deze zowel veel positieve als negatieve mediaberichtgeving tonen aan respondenten. Hoewel ‘bubbels’ op sociale media de content die gebruikers te zien krijgen kunnen sturen, zijn deze niet volledig gesloten. Blootstelling aan negatieve berichtgeving lijkt daardoor in zekere mate onvermijdelijk, ongeacht iemands volgerslijst of voorkeuren.

3.2 Van scrollen tot op je hoede zijn: wat mediabeelden met deelnemers doen

Voor veel deelnemers bleven negatieve mediabeelden niet hangen op het niveau van ergernis. In de gesprekken werd juist duidelijk hoe mediaberichtgeving ook emotioneel, praktisch en sociaal iets met hen doet. De gevolgen liepen uiteen: van somberheid, angst en machteloosheid tot nieuwsvermijding, extra voorzichtigheid in het openbaar,

terughoudendheid op werk of in familiecontacten, en bij sommigen juist een sterkere neiging om zich uit te spreken of actief te verzetten. Media raken deelnemers dus niet allemaal op dezelfde manier, maar werken wel duidelijk door in hun dagelijks leven. De surveydata sluiten daarbij aan en laten zien hoe de positieve en negatieve berichtgeving samenhangen met verschillende aspecten van mentaal welzijn.

3.2.1 Mentale impact van media

"Ik word er heel depressief van": emotionele belasting en angst voor de toekomst

Meerdere deelnemers (4 van de 13) van de focusgroep beschreven dat mediaberichtgeving over transgender onderwerpen gevoelens van somberheid, uitputting en angst opriep. Vooral het nieuws in 2025 over ontwikkelingen in de Verenigde Staten en het Verenigd Koninkrijk maakte veel indruk. Zo vertelde een deelnemer:

> Ik word er heel depressief van. Zeker in de paar dagen nadat Trump werd geïnaugureerd was ik gewoon echt niet in een goede plek, zeg maar. […] alleen zeg maar zitten doomscrollen de hele dag en alleen maar dumpsterfire [na] dumpsterfire tegenkomen op het nieuws. En wanhopige trans mensen, weet je, daar word ik niet heel vrolijk van. (FG 3, S2)

Bij sommigen sloeg dat ook om in angst voor de toekomst. Zij vertelden dat ze beleidskeuzes in andere landen niet los konden zien van wat er mogelijk later ook zou kunnen opduiken in Nederland. Voor de een vooral in een "vrees dat beleidsmatige keuzes uit het buitenland ook hier geïmplementeerd kunnen worden" (FG 2, S3), terwijl een ander expliciet noemde zich voor te bereiden op "wat voor transfobische aanvallen binnenkort ons land zullen komen inwaaien" (FG 1, S6).

Tegelijkertijd zat er in de focusgroep gesprekken ook een belangrijke nuance: deelnemers wisten vaak zelf dat media een vertekend of

uitvergroot beeld kunnen geven, maar dat besef maakte de impact niet per se kleiner. Het verschil tussen wat zij in media zien en wat zij offline meemaken kan juist belastend zijn omdat het ertoe leidt dat zij voortdurend moeten inschatten of de dreiging die media oproepen overdreven is, of juist een voorspelling van iets dat daadwerkelijk gevolgen voor hen zal hebben.

Mentale gezondheid: verbanden het duidelijkst bij trans vrouwen

In de steekproef zien we terug dat blootstelling aan mediaberichten samenhangt met de mentale gezondheid van transgender personen[7] (Figuur 6 en 7). Over het algemeen geldt dat positieve berichtgeving samengaat met een betere mentale gezondheid, terwijl negatieve berichtgeving juist samenhangt met een slechtere mentale gezondheid. Daarbij is het verband met positieve berichtgeving sterker dan dat met negatieve: een toename in positieve berichtgeving gaat samen met een grotere verandering in mentale gezondheid dan een vergelijkbare toename in negatieve berichtgeving. Het verband met positieve berichtgeving lijkt iets sterker dan dat met negatieve berichtgeving. Het verschil is wel klein (gestandaardiseerde coëfficiënten 0,24 en -0,22, Tabel F1) en is niet apart getoetst. In alle analyses is rekening gehouden met de achtergrondkenmerken: genderidentiteit, leeftijd, opleiding en stedelijkheid (zie Bijlage F voor volledige modellen).

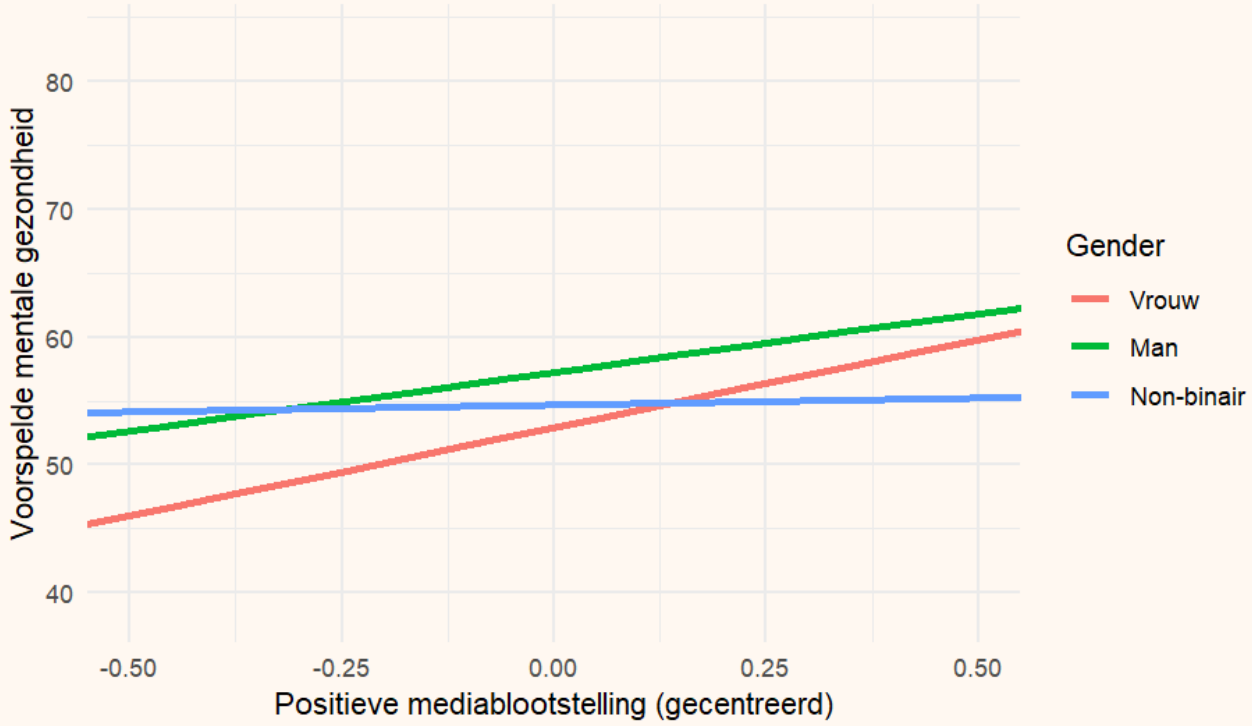
Een mogelijke verklaring voor het sterkere verband bij positieve berichtgeving is dat positieve mediarepresentatie voor transgender personen relatief zeldzaam is (Transgender Netwerk, 2024). Wanneer positieve berichten zich wél aandienen, kunnen zij daardoor een opvallender en betekenisvoller signaal vormen van maatschappelijke acceptatie en erkenning. Negatieve berichtgeving is daarentegen

[7] Op basis van een statistisch model worden scores ingeschat voor mentale gezondheid (Bijlage F). De grafiek geeft de meest waarschijnlijke score die een respondent kan hebben op basis van hun mediaconsumptie weer. Andere factoren, opleidingsniveau, leeftijd en stedelijkheid, hebben ook invloed op mentale gezondheid. De voorspelde scores in de grafiek zijn berekend voor iemand met een mediaanscore op deze factoren.

alledaagser, waardoor mensen er mogelijk meer aan gewend zijn geraakt en de directe impact op hun welbevinden per bericht kleiner is.

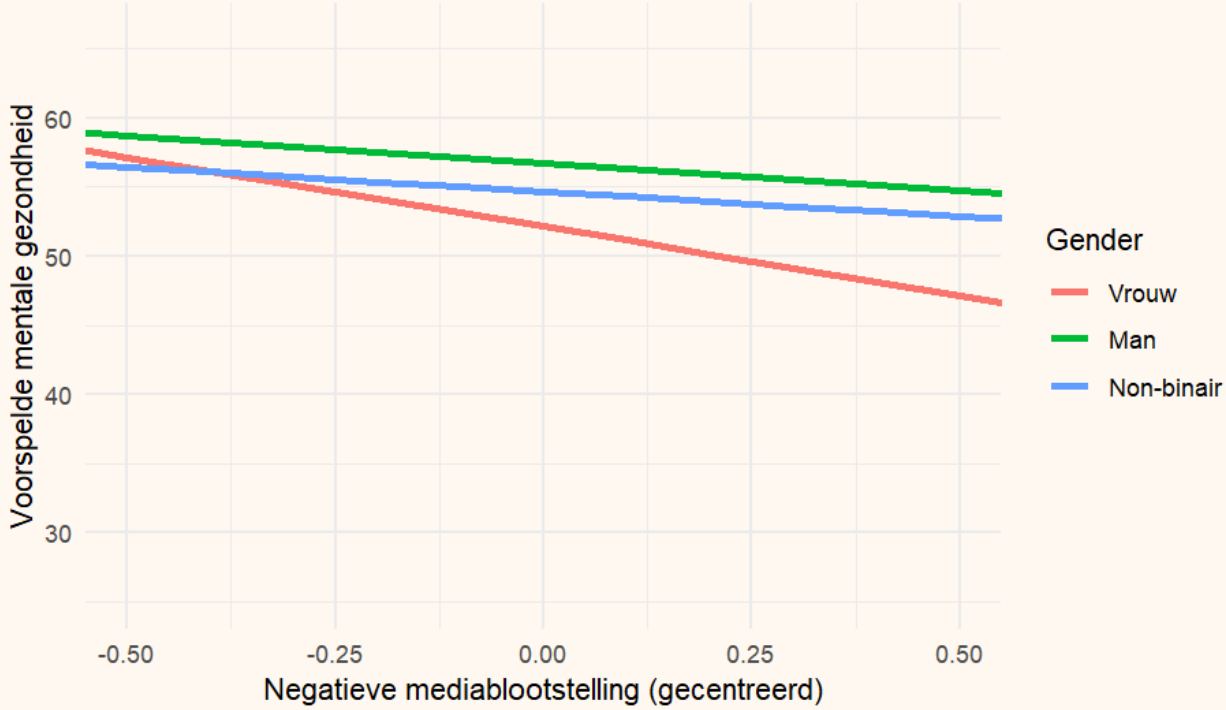
Bij trans vrouwen zijn de verbanden het sterkst zichtbaar: positieve berichtgeving hangt duidelijk samen met een betere mentale gezondheid, terwijl negatieve berichtgeving samenhangt met een slechtere mentale gezondheid. Trans mannen laten een vergelijkbaar patroon zien, maar minder sterk. Dit verschil tussen trans vrouwen en trans mannen kan ook op toeval berusten. Tussen trans vrouwen en non-binaire personen zien we wel een duidelijk verschil bij positieve berichtgeving: bij trans vrouwen hangt die sterk samen met een betere mentale gezondheid, bij non-binaire personen nauwelijks (zie Bijlage F). Voor non-binaire personen is er geen duidelijk verband tussen positieve mediablootstelling en mentale gezondheid te zien. Voor negatieve berichtgeving is er bij non-binaire mensen wel een zwakke aanwijzing dat dit samenhangt met een slechtere mentale gezondheid, maar dit verband is beperkt en de aanwezigheid hiervan in de steekproef kan ook berusten op toeval.

Figuur 6. Verband tussen positieve mediablootstelling en voorspelde mentale gezondheid, lineaire regressie



Noot. n = 328, voorspeld voor personen met: leeftijd (27), opleiding (6, MMS Havo), stedelijkheid (3, voorsteden of buitenwijken van grote stad), 69,57% van de scores voor positieve blootstelling bevinden zich tussen -0.50 en 0.50, waardes gelijk aan of lager dan 60 duiden op de aanwezigheid van psychische klachten

Figuur 7. Verband tussen negatieve mediablootstelling en voorspelde mentale gezondheid, lineaire regressie



Noot. n = 328, voorspeld voor personen met: leeftijd (27), opleiding (6, MMS Havo), stedelijkheid (3, voorsteden of buitenwijken van grote stad). 57,68% van de scores voor negatieve blootstelling bevinden zich tussen -0.50 en 0.50, waardes gelijk aan of lager dan 60 duiden op de aanwezigheid van psychische klachten

Een mogelijke verklaring voor het feit dat de verbanden het sterkst zijn bij trans vrouwen, is dat mediaberichtgeving over transgender personen vaak vooral over trans vrouwen gaat (Transgender Netwerk, 2024). Daardoor komen trans vrouwen waarschijnlijk vaker in aanraking met verhalen en nieuwsberichten waarin mensen voorkomen met wie zij zich kunnen identificeren, of die op hen betrekking hebben. Eerder onderzoek laat zien dat mensen zich makkelijker kunnen inleven in anderen die op hen lijken, bijvoorbeeld wanneer ze tot dezelfde sociale groep behoren (Vanman, 2016). Trans vrouwen herkennen zichzelf daarom mogelijk vaker in de personen die in de media worden besproken, en voelen zich waarschijnlijk ook vaker persoonlijk aangesproken door deze berichtgeving. Dit geldt niet alleen wanneer trans vrouwen positief worden weergegeven, maar ook

wanneer de berichtgeving negatief van aard is. Zowel positieve als negatieve media-aandacht kan op deze manier sterker resoneren bij trans vrouwen, wat een verklaring zou kunnen zijn voor de bevinding dat mediablootstelling sterk samenhangt met hun mentale gezondheid.

Dat het verband tussen mediaberichtgeving en mentale gezondheid minder duidelijk terugkomt onder non-binaire personen, kan mogelijk samenhangen met de diversiteit binnen deze groep. Non-binaire personen verschillen onderling in genderidentiteit, ervaringen en behoeften rondom erkenning, ondersteuning en zorg (Kennis et al., 2022). Daardoor kan mediaberichtgeving ook verschillend worden ervaren: voor de één kan een bericht herkenning of steun bieden, terwijl het voor de ander juist minder aansluit of andere zorgen oproept. Hierdoor wordt binnen de groep als geheel minder snel één duidelijk patroon zichtbaar.

In het algemeen: veel signalen van psychische klachten

Van de personen in onze steekproef ervaart 61% psychische klachten, en dat aandeel is het grootst onder de jongste deelnemers. Ter vergelijking: onder de algehele Nederlandse bevolking gaat het om 22% (CBS, 2022). We hebben psychische klachten gemeten met de MHI-5 vragenlijst, die door psychologen ook ingezet wordt om psychische klachten te herkennen. Het Trimbos-instituut (2025) en het CBS (2022) gebruiken hierbij een afkapwaarde van 60: deelnemers die 60 of lager scoren, ervaren psychische klachten.

Dit percentage verschilt duidelijk per leeftijdsgroep. Bij deelnemers jonger dan 25 jaar is het percentage het hoogst: 69% valt onder de afkapwaarde. Bij de groep van 25 tot 44 jaar is dit 60%, en bij deelnemers van 45 jaar en ouder is dit 46%, het laagste aandeel van de drie groepen. Dit patroon blijft zichtbaar als we controleren voor andere kenmerken: oudere deelnemers ervaren gemiddeld een betere mentale gezondheid.

Dit leeftijdspatroon zien we niet alleen bij transgender personen. Ook in de algemene Nederlandse bevolking ervaren jongvolwassenen gemiddeld

een slechtere mentale gezondheid dan oudere leeftijdsgroepen. Ook daar, gemeten met dezelfde MHI-5-vragenlijst komen psychische klachten het vaakst voor bij jongvolwassenen en het minst bij 65-plussers (CBS, 2022). Het leeftijdsverschil in onze steekproef past dus bij een breder patroon.

Verder zijn er nog twee mogelijke verklaringen voor de leeftijdsverschillen die specifiek te maken hebben met transgender-zijn. Ten eerste zijn oudere transgender personen vaak verder in hun transitieproces. Zij hebben meer tijd gehad om hun identiteit te ontwikkelen en zichzelf te accepteren. Ten tweede kan sprake zijn van survivorship bias: transgender personen met ernstigere mentale gezondheidsproblemen hebben een hoger risico op vroegtijdige sterfte, onder andere door suïcide. Hierdoor zijn zij mogelijk ondervertegenwoordigd in oudere leeftijdsgroepen (Wiepjes et al., 2020).

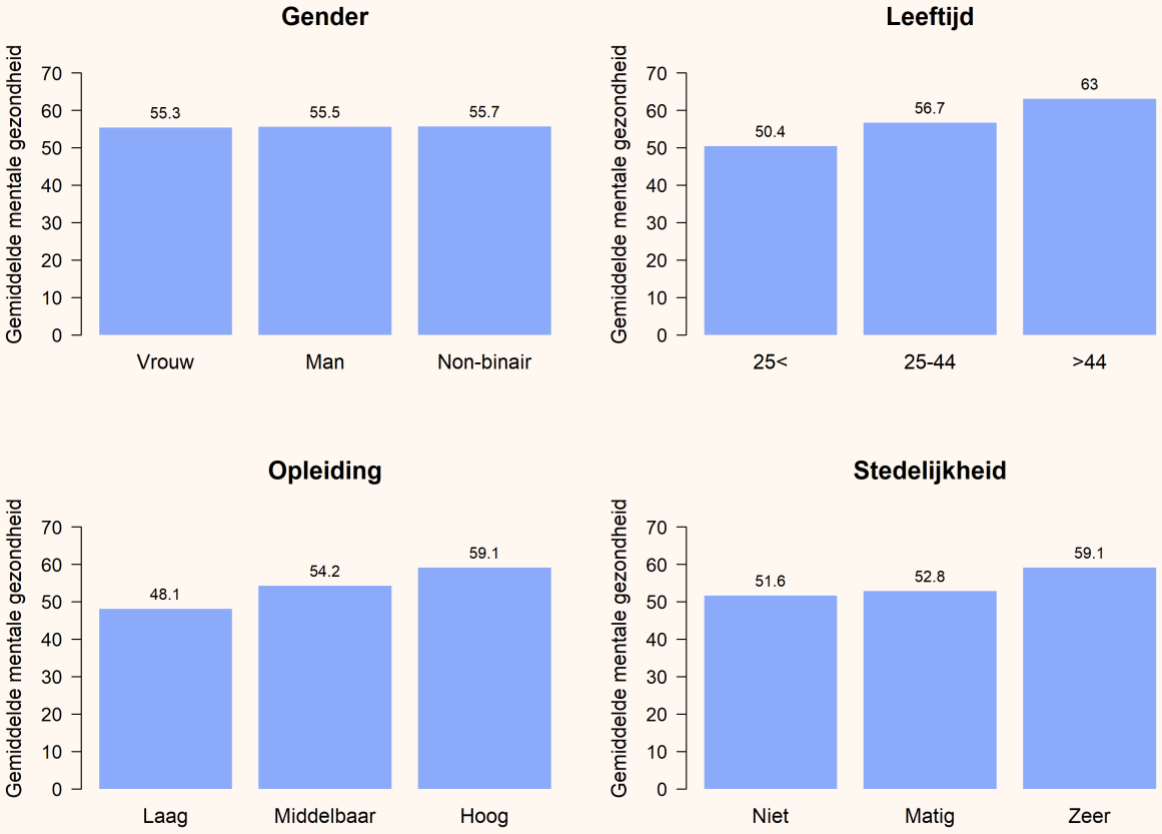
Daarnaast zien we dat trans mannen een betere mentale gezondheid hebben dan trans vrouwen ook als we controleren voor achtergrondkenmerken. Non-binaire personen scoren in dit model ook iets hoger dan trans vrouwen, maar dit verschil is beperkt, en was misschien anders uitgevallen bij een andere samenstelling van de steekproef.

Hoger opgeleiden in de steekproef rapporteren een betere mentale gezondheid dan laag- en middelbaar opgeleiden. Van de laagopgeleide deelnemers ervaart 70% psychische klachten, tegenover 66% van de middelbaar opgeleiden en 54% van de hoogopgeleiden. Dit verband blijft zichtbaar als we controleren voor achtergrondkenmerken Dat patroon sluit deels aan bij bredere gezondheidsverschillen in de algemene bevolking: ook daar ervaren laagopgeleiden vaker psychische klachten. Maar in de algemene bevolking is het verschil tussen middelbaar en hoogopgeleid veel kleiner dan in onze steekproef (RIVM, z.d.). Een verklaring op basis van opleiding alleen, volstaat daarom waarschijnlijk niet. Een mogelijk verklaring die specifiek met transgender-zijn te maken heeft is dat mensen die hoger zijn opgeleid gemiddeld vaker positief staan tegenover genderdiversiteit in vergelijking met mensen met andere opleidingen.

Daardoor ervaren transgendermensen in hoger opgeleide omgevingen mogelijk meer steun, begrip en erkenning (Morgan et al., 2020).

Ook stedelijkheid lijkt een rol te spelen bij de mentale gezondheid van transgender personen. In de ruwe cijfers ervaart 69% van de deelnemers in de minst stedelijke gebieden psychische klachten, en 68% in de middencategorie. In de meest stedelijke gebieden daalt dit percentage naar 52%. Dit patroon, waarbij meer stedelijkheid samenhangt met een betere mentale gezondheid, blijft zichtbaar als we controleren voor achtergrondkenmerken. Transgender personen in stedelijke gebieden hebben vaak toegang tot meer ondersteunende netwerken, genderbevestigende voorzieningen en sociaal accepterende omgevingen. Eerder onderzoek kaart dit aan als redenen waarom transgender personen in stedelijke gebieden gemiddeld een betere mentale gezondheid rapporteren dan personen in minder stedelijke gebieden (Horvath et al., 2014; Ralston et al., 2024).

Figuur 8. Gemiddelde scores voor mentale gezondheid



Noot. n=334, Ongecontroleerd voor achtergrondkenmerken, onder controle van achtergrondkenmerken zien we dat trans mannen significant hoger scoren dan trans vrouwen

Media versterkt: Angst voor de toekomst als transgender persoon

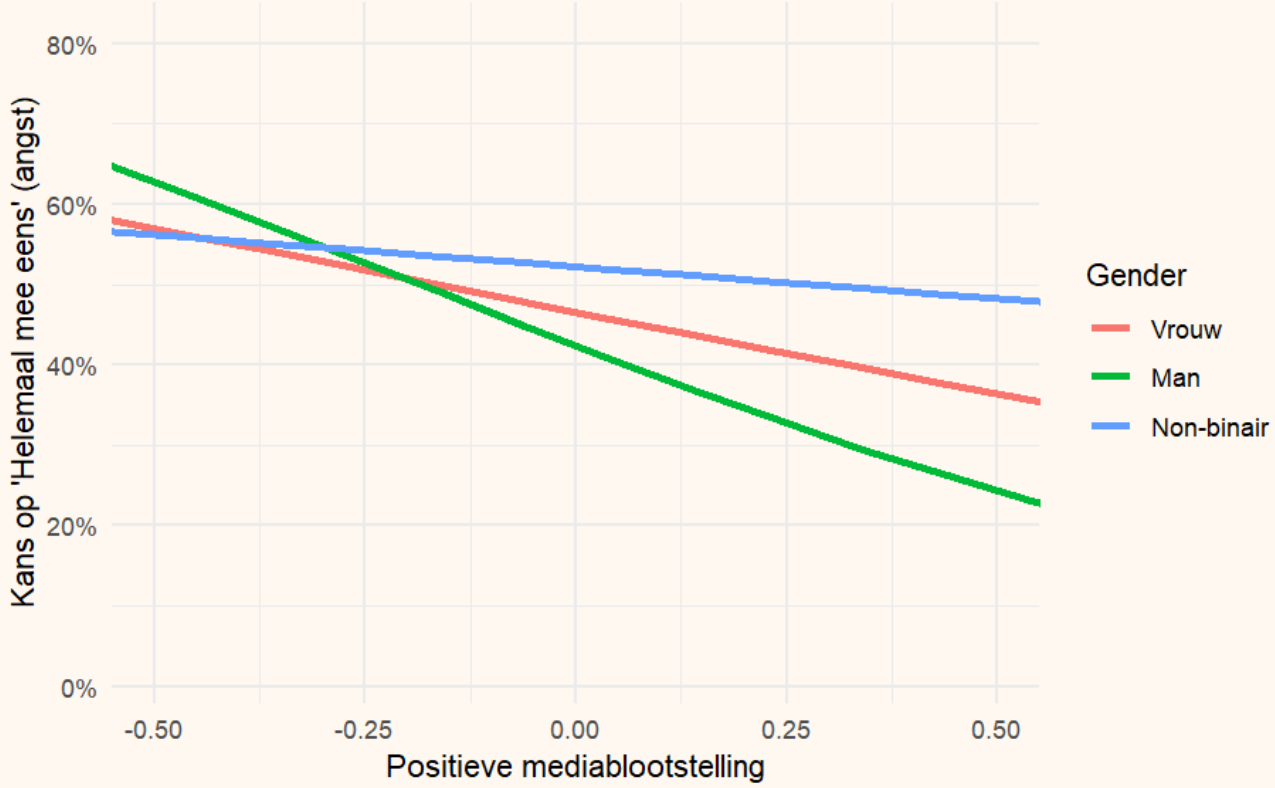
De angst voor de toekomst als transgender persoon, die een deel van de deelnemers uit de focusgroep had, zien we ook terug in de uitkomsten van de vragenlijst. Het overgrote deel van de respondenten (87%) is het (helemaal) eens met de stelling dat zij angstig zijn voor hun toekomst als transgender persoon. Dit verschilt niet duidelijk op basis van genderidentiteit. Wel speelt leeftijd een rol: jongere deelnemers ervaren deze angst in hogere mate dan oudere deelnemers (Zie figuur 11).

Ook wat mensen in de media zien, hangt samen met deze angst voor de toekomst. Hoe sterk dat verband is, verschilt per groep. In Figuur 9 is te zien dat transgender personen die vaker positieve berichten tegenkomen, zich

gemiddeld minder zorgen maken over hun toekomst als transgender persoon. Bij trans mannen en trans vrouwen is dit een duidelijk verband. Bij trans mannen lijkt het verband iets sterker, maar dat verschil met trans vrouwen is niet statistisch bevestigd. Bij non-binaire personen zien we dit nauwelijks terug: daar is het verband zo zwak dat we er niet met zekerheid iets over kunnen zeggen.

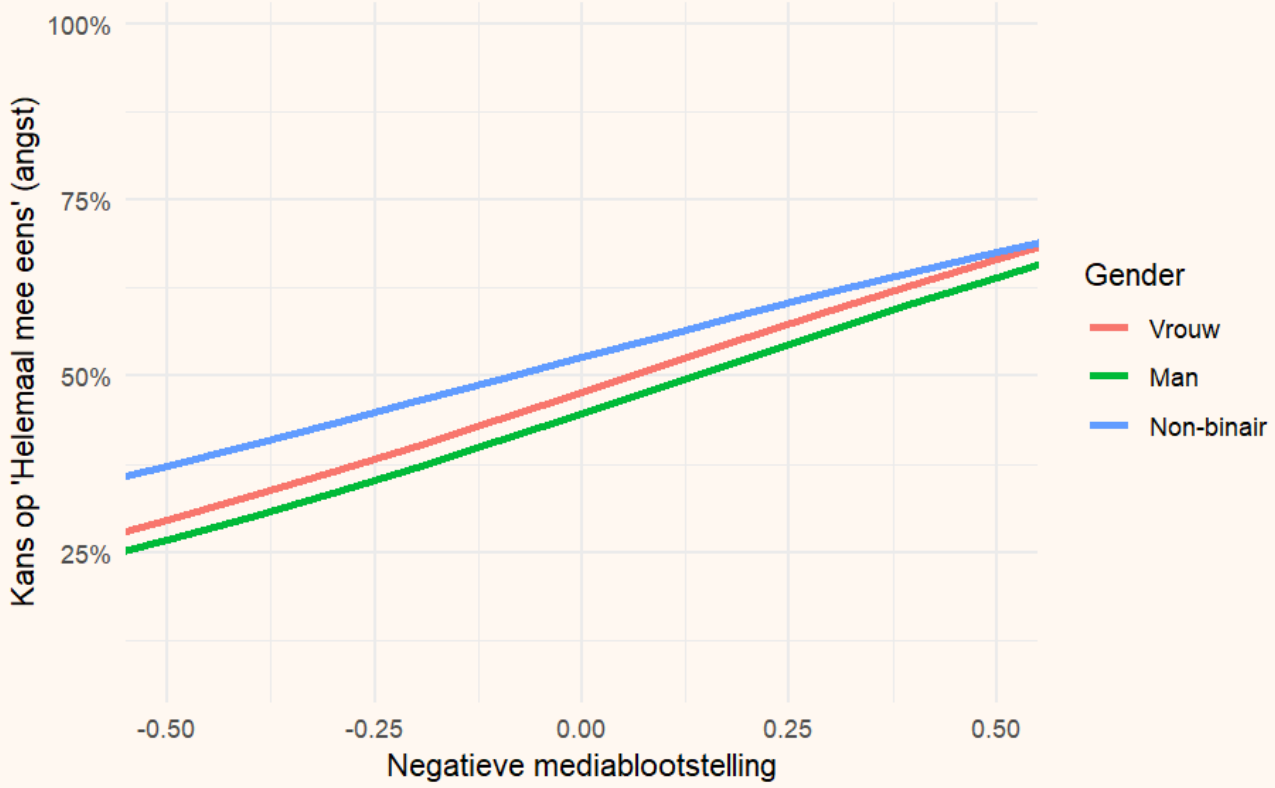
Bij negatieve berichtgeving is het precies andersom (Figuur 10): hoe vaker mensen zulke berichten tegenkomen, hoe meer zorgen zij zich maken over hun toekomst als transgender persoon. Dit geldt duidelijk voor alle drie de groepen. De sterkte van het verband verschilt wel iets: bij trans mannen en trans vrouwen is het verband ongeveer even sterk. Bij non-binaire personen is het verband wat minder sterk, maar nog steeds duidelijk zichtbaar.

Figuur 9. Voorspelde kans dat respondent het helemaal eens is met de stelling: “Ik ben angstig voor de toekomst als transgender persoon” op basis van positieve mediablootstelling



Noot. n = 319, voorspeld voor personen met: leeftijd (27), opleiding (6, MMS Havo), stedelijkheid (3, voorsteden of buitenwijken van grote stad). 69,57% van de scores voor positieve blootstelling bevinden zich tussen -0.50 en 0.50, ‘Helemaal mee eens’ was de hoogst mogelijke antwoordcategorie voor deze vraag

Figuur 10. Voorspelde kans dat respondent het helemaal eens is met de stelling: “Ik ben angstig voor de toekomst als transgender persoon” op basis van negatieve mediablootstelling

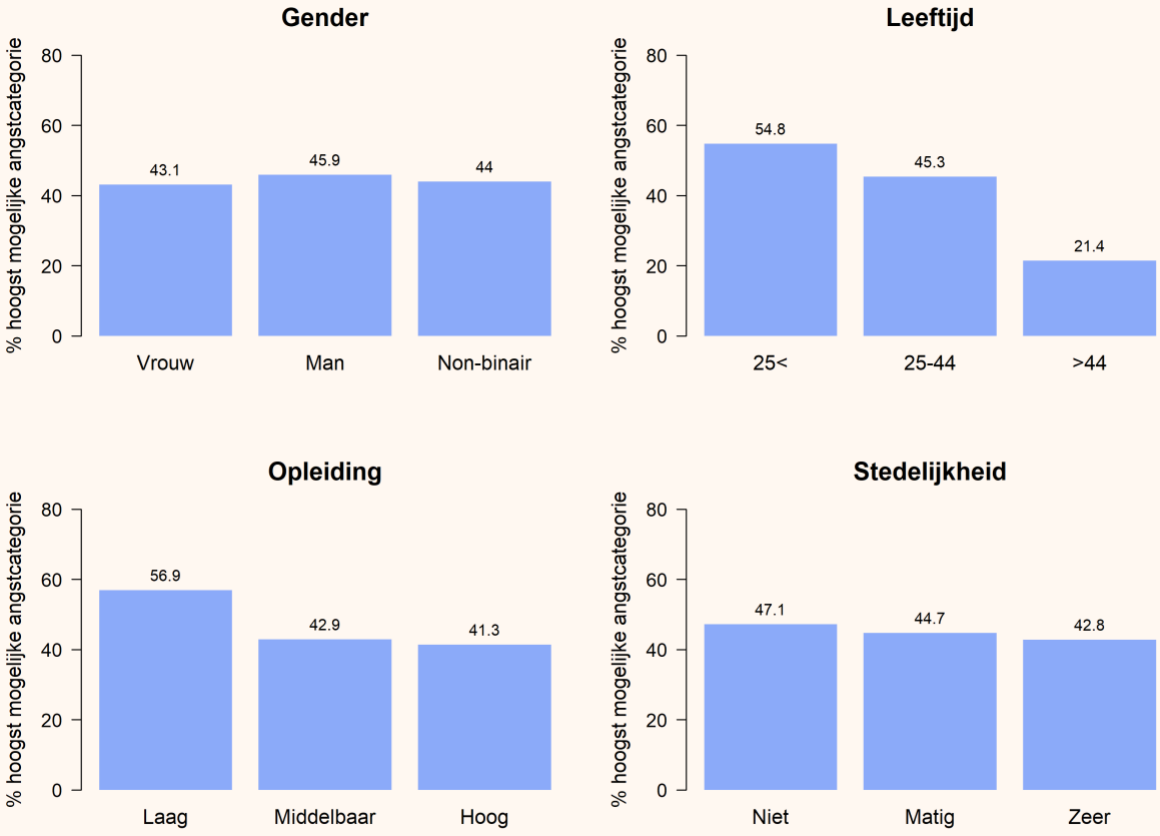


Noot. n = 319, voorspeld voor personen met: leeftijd (27), opleiding (6, MMS Havo), stedelijkheid (3, voorsteden of buitenwijken van grote stad). 57,68% van de scores voor negatieve blootstelling bevinden zich tussen -0.50 en 0.50, ‘Helemaal mee eens’ was de hoogst mogelijke antwoordcategorie voor deze vraag

In de focusgroepen waren het vooral trans mannen die bespraken hoe maatschappelijke ontwikkelingen en publieke discussies hun verwachtingen over de toekomst beïnvloedden. Zij verwezen bijvoorbeeld naar berichtgeving en politieke ontwikkelingen wanneer zij nadachten over verdere stappen in hun transitie, juridische erkenning of de mate waarin zij hun genderidentiteit zichtbaar wilden maken. Dit suggereert dat maatschappelijke signalen voor deze groep een belangrijke rol kunnen spelen bij het inschatten van toekomstige mogelijkheden en beperkingen. Waarom dit thema in de focusgroepen sterker leefde onder trans mannen, is op basis van deze gegevens niet vast te stellen. Meer onderzoek is nodig om dit beter te begrijpen.

Het verband tussen zowel positieve als negatieve mediablootstelling en angst voor de toekomst is minder sterk voor oudere deelnemers ten opzichte van jongere deelnemers. Dit kan, evenals bij mentale gezondheid, mogelijk worden verklaard door verschillen in levensfase, waarbij jongere deelnemers gemiddeld meer onzekerheid ervaren over de toekomst en zich minder stabiel kunnen voelen in hun identiteit en sociale positie.

Figuur 11. Percentage 'helemaal mee eens' met de stelling "Ik ben angstig voor de toekomst als transgender persoon"



Noot. n = 319, Ongecontroleerd voor achtergrondkenmerken, Opleidingsverschillen in ervaren angst vallen weg na het controleren voor achtergrondkenmerken.

Vooral bij trans mannen: effecten van media op het ervaren van stress

Ten slotte hangt ook stress rondom transgender-gerelateerde onderwerpen samen met wat mensen in de media zien, voor zowel positieve als negatieve berichten. Ook hier verschillen de verbanden naar

genderidentiteit. In Figuur 12 is te zien dat transgender personen die vaker positieve berichten tegenkomen, zich gemiddeld minder gestrest voelen rondom deze onderwerpen. Bij trans mannen is dat verband het sterkst en duidelijk aanwezig. Bij non-binaire personen is het zwakker, maar ook bij hen zien we het terug. Bij trans vrouwen is er nauwelijks een verband zichtbaar, zo zwak dat we er niet met zekerheid iets over kunnen zeggen.

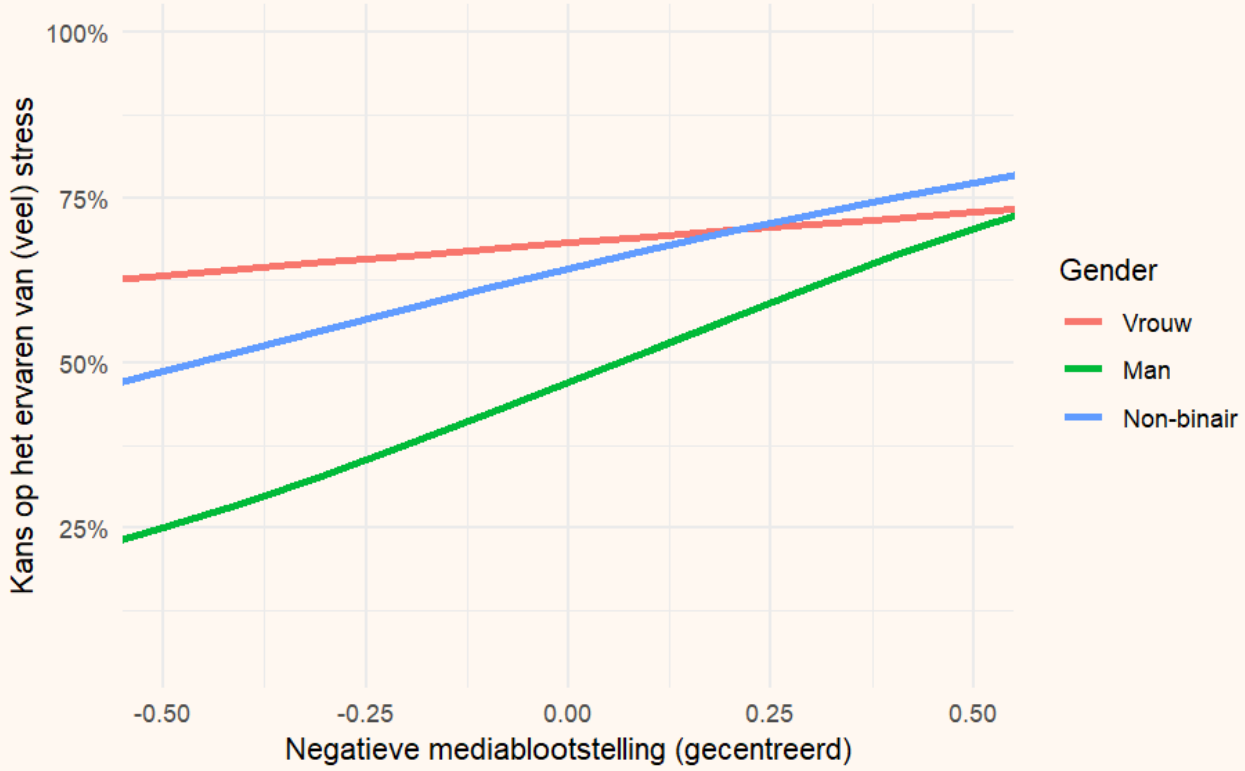
Bij negatieve berichtgeving is het precies andersom (zie Figuur 13): hoe vaker mensen zulke berichten tegenkomen, hoe meer stress zij gemiddeld ervaren rondom transgender-onderwerpen. Dit verband is opnieuw het sterkst bij trans mannen, en ook bij non-binaire personen duidelijk terug te zien, al is het daar wat minder sterk. Bij trans vrouwen is het verband zwak en niet met zekerheid vast te stellen.

Figuur 12. Kans dat respondent aangaf (heel) veel stress te ervaren over transgender onderwerpen op basis van positieve mediablootstelling



Noot. n = 319 voorspeld voor personen met: leeftijd (27), opleiding (6, MMS Havo), stedelijkheid (3, voorsteden of buitenwijken van grote stad). 69,57% van de scores voor positieve blootstelling bevinden zich tussen -0.50 en 0.50

Figuur 13. Kans dat respondent aangaf (heel) veel stress te ervaren over transgender onderwerpen op basis van negatieve mediablootstelling

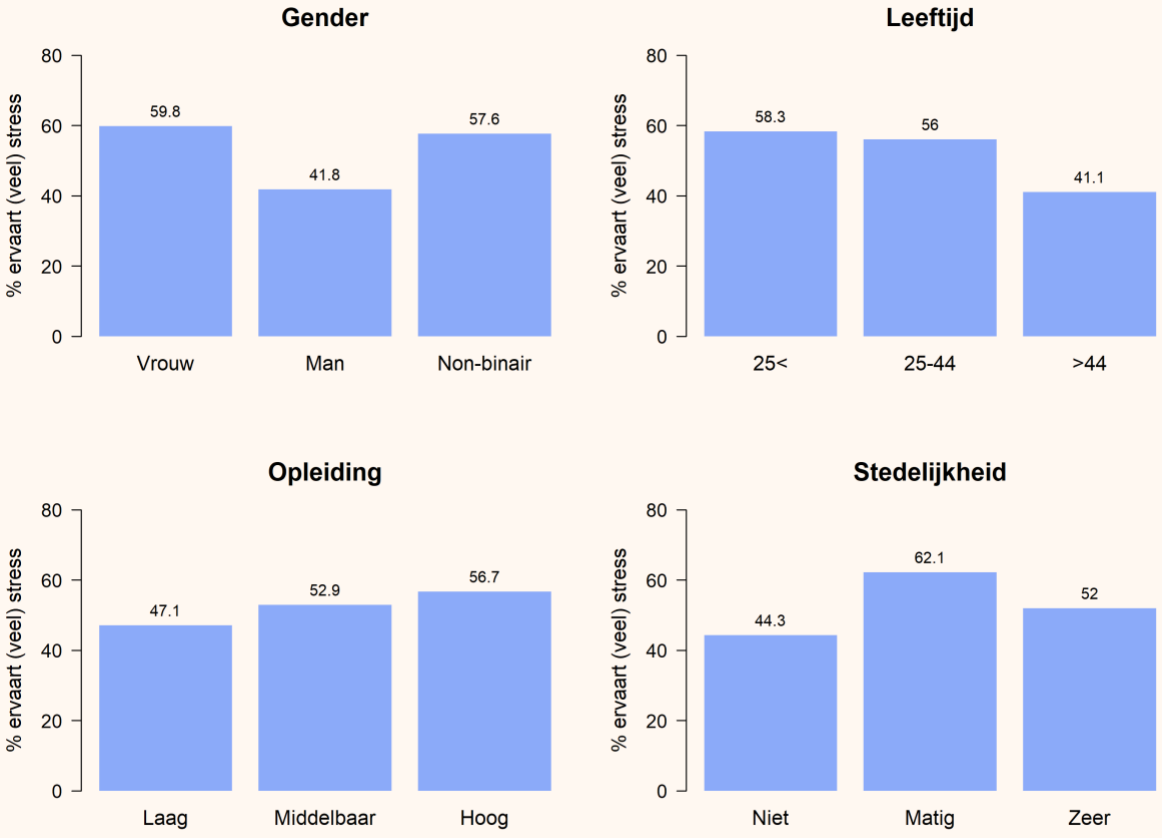


Noot. n = 319 voorspeld voor personen met: leeftijd (27), opleiding (6, MMS Havo), stedelijkheid (3, voorsteden of buitenwijken van grote stad). 57,68% van de scores voor negatieve blootstelling bevinden zich tussen -0.50 en 0.50,

Dat dit verband het sterkst is voor trans mannen kan mogelijk samenhangen met verschillen in het algemene stressniveau tussen de groepen in onze steekproef. Van de trans mannen geeft 44% aan (heel) veel stress te ervaren over transgenderonderwerpen, tegenover 60% van de trans vrouwen en 58% van de non-binaire personen. Bij de trans vrouwen en non-binaire personen ligt het stressniveau dus al aanzienlijk hoger, en juist dat hoge uitgangspunt kan bepalen hoeveel invloed berichtgeving nog kan uitoefenen. Een mogelijke verklaring hiervoor is een drempeleffect: naarmate de stress al hoger is, voegt een extra prikkel daar in de praktijk minder aan toe of haalt er minder van af (Wilder, 1957). Het zou kunnen dat bij de trans vrouwen en non-binaire personen in onze steekproef het beginniveau zo hoog is dat een enkel mediabericht grotendeels wegvalt tegen de al aanwezige stress. Met ons onderzoek

kunnen we dat niet toetsen. Bij de trans mannen, die gemiddeld op een lager niveau beginnen, is er meer ruimte voor beweging, waardoor berichtgeving bij hen eerder een merkbaar effect heeft.
Verder zien we dat hoe hoger iemands opleidingsniveau is, des te hoger is de kans dat zij veel stress ervaren over transgenderonderwerpen. Leeftijd toont hierin een vergelijkbaar verband, deelnemers ouder dan 45 ervaren aanzienlijk minder stress over transgenderonderwerpen dan jongere deelnemers. Ook na controle van achtergrondkenmerken blijven deze verbanden zichtbaar.

Figuur 14. Ervaren van (heel) veel stress over transgenderonderwerpen, naar achtergrondkenmerken



Noot. n = 319, ongecontroleerd voor achtergrondkenmerken

3.2.2 Gedragsmatige impact van media

Gedragsaanpassingen door media: van mediamijding tot extra voorzichtigheid in werk, reizen en zichzelf uiten

Een deel van de deelnemers probeerde zichzelf tegen nare gevoelens te beschermen door anders met media om te gaan. Meerdere deelnemers (4 van de 13) vertelden dat zij minder nieuws volgden, hun tijd op sociale media beperkten of alleen nog heel selectief transgender-gerelateerd nieuws lazen als coping strategie. Die terughoudendheid ging dus heel direct over mediagebruik en over het proberen te doseren van de beelden die zij dagelijks binnenkregen. Deze vorm van zelfbescherming werd het sterkst gehanteerd door transgender vrouwen. Een deelnemer legde uit op een bepaald moment te zijn gestopt met heel veel input krijgen via sociale media omdat de online polarisatie haar te veel werd en het haar te erg raakte (FG 1, S1).

Mediabeelden werkten voor sommigen ook door in hoe zichtbaar zij zichzelf durfden te zijn, zoals voor deze deelnemer: “Ik denk ook dat ik door het nieuws […] minder snel uitdrukkelijk zeg dat ik trans ben tegen mensen […] is het veilig om hier dit stuk van mij te delen?” (FG 2, S4). Bij meerderen (in totaal 3 van de 13) kwam expliciet naar voren dat zij minder open werden over hun genderidentiteit, of in bepaalde situaties bewuster gingen afwegen wat zij wel en niet deelden. Een van deze deelnemers vertelde:

> Ik heb er de afgelopen weken serieus over na zitten denken om weer in de kast te gaan. […] En ik wil dat niet, ik word daar heel ongelukkig van. Maar weet je, […] dit soort dingen hebben gewoon in je echte leven ook gewoon consequenties. Ik ben bijvoorbeeld op zoek naar werk. Ik kan het me niet permitteren om openlijk te roepen nu dat ik non-binair ben, omdat ik niet weet of potentiële werkgevers daar oké mee gaan zijn. Dan hou ik het maar liever stil. (FG 3, S2)

In de focusgroep met transgender mannen kreeg die voorzichtigheid soms praktischere vorm. Daar vertelde een deelnemer bijvoorbeeld hoe het

online te zien was dat Geert Wilders, leider van de PVV, zijn steun uitsprak voor Donald Trump die stelde dat er maar twee genders zijn. Dit werkt openbare transfobe uitingen vanuit de maatschappij volgens deze deelnemer alleen maar verder in de hand, wat heeft meegespeeld in het doorzetten van zijn transitie om typisch mannelijke kenmerken te krijgen zoals baardgroei en een lage stem, ondanks dat hij zich ook demiboy/non-binair voelt. Bovendien heeft hij uiteindelijk voor een 'M' in plaats van een 'X' in zijn paspoort gekozen omdat hij daardoor op eerste gezicht behandeld zou worden als man en in meer rust zijn leven kon leven, zonder zich onveilig te voelen over mogelijke transfobische buitenstaanders.

Dit is niet de enige deelnemer die zich vanwege veiligheidsoverwegingen afvroeg misschien verder te zullen gaan in een transitie dan diegene diep van binnen zou willen; 3 van de 4 deelnemers aan de focusgroep met transgender mannen spraken hun twijfels uit over het aanpassen van hun genderexpressie en/of het wijzigen van hun geslachtsregistratie in overeenstemming met hun ware genderidentiteit, in de hoop normaal behandeld te worden. Daarnaast hield een deelnemer tijdens het plannen van reizen ook nog extra rekening met hoe veilig het land is voor genderdiverse personen: "Ik merk wel dat als ik zou reizen naar een land wat mij wat onbekender is […] dan zou ik nu eerst echt gaan googelen van hoe veilig is dat land eigenlijk" (FG 2, S3).

Belangrijk is ook dat de focusgroepen niet enkel vermijding of terugtrekking lieten zien. Bij sommige deelnemers leidde het zien van verharding juist tot meer strijdlust. Eén deelnemer beschreef bijvoorbeeld "een stuk harder" te zijn geworden en sneller diens mond open te doen, omdat het niet goed voelde om passief te blijven vanwege de gedachte dat politiek en media zomaar verworvenheden kunnen terugdraaien. Media leidt dus niet alleen maar tot afsluiting maar kan bij sommigen ook voor activisme en weerbaarheid zorgen.

Net als bij de focusgroepen zien we in de steekproefgegevens ook terug dat negatieve mediaberichtgeving samenhangt met gedragsaanpassing (Figuur 15.). Voor transgender mannen is dit verband het sterkst aanwezig, voor transgender vrouwen en non-binaire personen komt dit minder duidelijk naar voren. Voor positieve mediaberichtgeving zien we, in tegenstelling tot de vorige uitkomsten in dit hoofdstuk, geen verband met gedragsaanpassing (Zie bijlage F).

Figuur 15. Voorspelde scores voor gedragsaanpassing op basis van negatieve mediablootstelling



Noot. n = 319, constanthouding op mediaan voor leeftijd (27), opleiding (6, MMS Havo), stedelijkheid (3, voorsteden of buitenwijken van grote stad) De waardes van de Y-as representeren de voorspelde score op basis van numerieke waardes die zijn toegekend aan de antwoordopties (0 t/m 4, hogere score = meer gedragsaanpassing).

Dit kan erop wijzen dat negatieve media-aandacht door transgender personen sneller wordt ervaren als een mogelijke bedreiging voor hun veiligheid, sociale acceptatie of maatschappelijke positie. Hierdoor kunnen zij voorzichtiger worden in hun gedrag, bijvoorbeeld door bepaalde

gesprekken te vermijden, minder open te zijn over hun genderidentiteit of zich terughoudender te gedragen in publieke ruimtes. Positieve mediaberichtgeving lijkt minder aanleiding te geven tot zulke directe gedragsveranderingen. Mogelijk komt dit doordat positieve berichtgeving wel gevoelens van erkenning of steun kan versterken, maar minder snel leidt tot concrete veranderingen in hoe mensen zich in het dagelijks leven gedragen. Dit is ook in lijn met de bevinding dat negatieve mediaberichtgeving sterker samenhangt met angst voor de toekomst dan positieve berichtgeving.

Voorzichtigheid in genderexpressie onder trans vrouwen en non-binaire respondenten

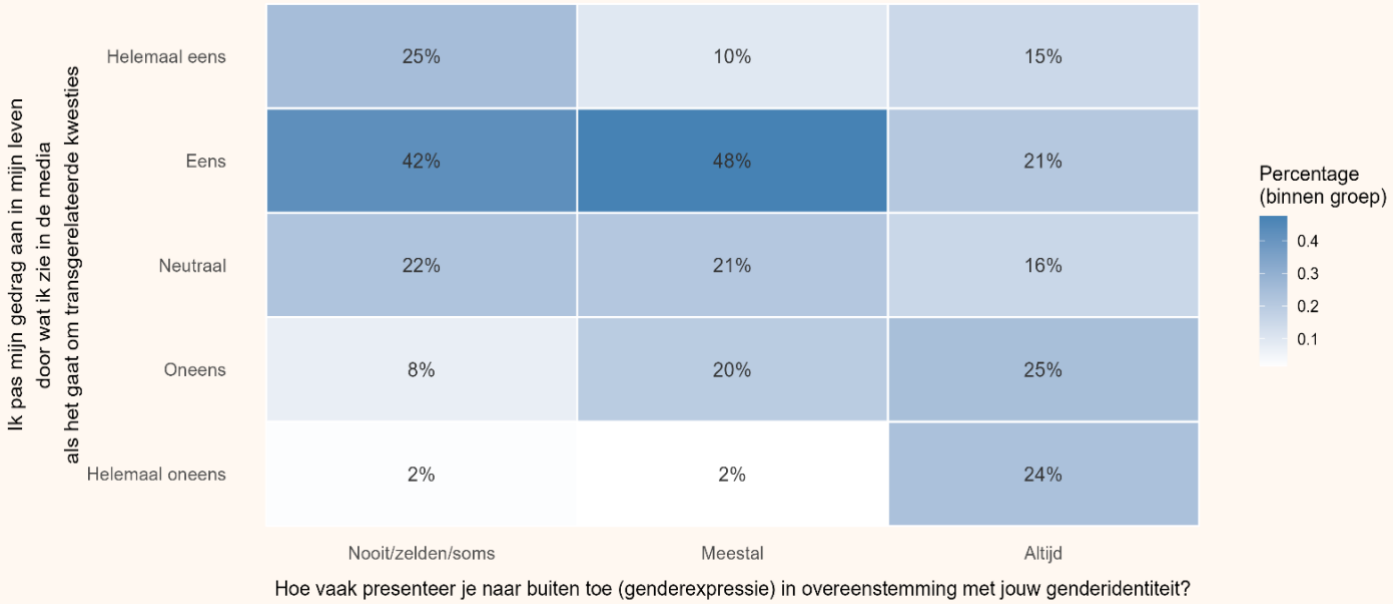
Gedragsaanpassing hangt ook samen met de mate waarin respondenten zich naar buiten toe presenteren in lijn met hun genderidentiteit (Figuur 16). Hoe groter het verschil tussen iemands genderexpressie en genderidentiteit, hoe vaker iemand diens gedrag aanpast op basis van mediaberichtgeving. Dat is op zichzelf weinig verrassend: wie zijn, haar of diens genderexpressie sterker beperkt, leeft naar buiten toe minder openlijk in het eigen gender. Met andere woorden, is minder "out". Het beperken van genderexpressie en het aanpassen van gedrag aan mediabeelden zijn dan twee kanten van dezelfde munt: beide zijn manieren om de eigen zichtbaarheid te reguleren, vaak met het oog op veiligheid en sociale acceptatie.

De samenhang tussen genderconforme zelfexpressie en gedragsaanpassing is het duidelijkst aanwezig onder trans vrouwen en non-binaire personen, en zwakker onder trans mannen. Bij de eerste twee groepen neemt de gedragsaanpassing gestaag af naarmate iemand zich vaker in overeenstemming met de eigen genderidentiteit presenteert, terwijl dat verloop bij trans mannen niet duidelijk genoeg voorkomt in de data.

Dit sluit aan bij de gedachte dat juist trans vrouwen en non-binaire personen vaker te maken krijgen met sociale beoordeling van hun

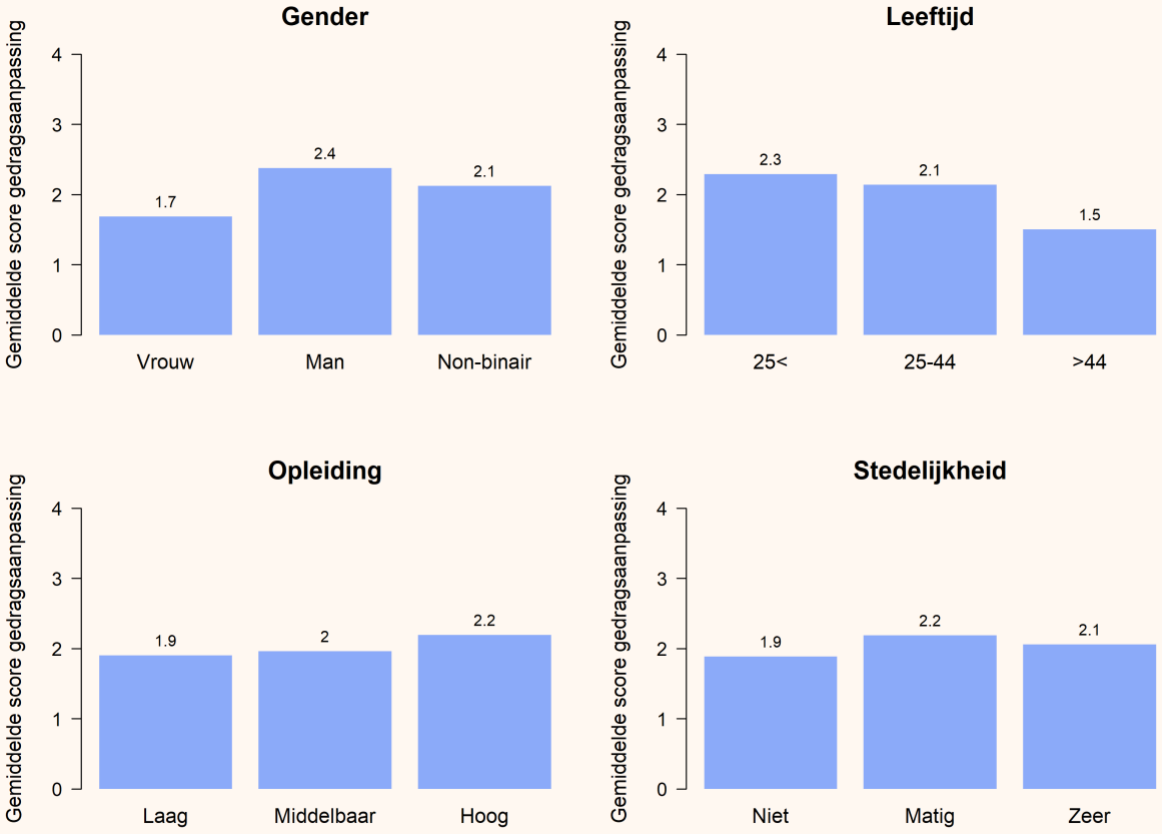
genderexpressie. Eerder onderzoek laat zien dat deze groepen vaker sociale stigmatisering en negatieve reacties ervaren (Verbeek et al., 2020) en vaker geweld en discriminatie rapporteren dan trans mannen (Evje et al., 2026). De mate waarin zij zich zichtbaar in overeenstemming met hun genderidentiteit uiten, kan voor hen daardoor sterker verweven zijn met de vraag of zij hun gedrag aanpassen aan wat zij in de media zien: mediabeelden vormen dan vaker een referentiepunt bij het inschatten van hoe hun genderpresentatie zal worden ontvangen.

Figuur 16. Gedragsaanpassing onder respondenten, percentages voor iedere categorie in zelfexpressie



Noot. n = 305, ongecontroleerd voor achtergrondkenmerken, zie Bijlage F voor model dat controleert voor achtergrondkenmerken

Figuur 17. Verschillen in gedragsaanpassing onder groepen



Noot. n = 325, ongecontroleerd voor achtergrondkenmerken, gemiddelde score berekend op basis van numerieke waarden (zie methodensectie)

3.2.3 Sociale en maatschappelijke impact van media

Hoe media doorwerken in contact met anderen en in het publieke domein

Wat deelnemers in media zagen, bleef volgens hen niet beperkt tot hun eigen gevoelens. Meerdere deelnemers beschreven dat negatieve beelden en eenzijdige narratieven ook terugkwamen in gesprekken met familieleden, collega's en andere mensen in hun omgeving. Een vaak genoemd voorbeeld was de onevenredige aandacht voor "transitiespijt", die volgens deelnemers veel zichtbaarder lijkt dan voor bijvoorbeeld de lange zorgwachtlijsten in de transgenderzorg.

Verschillende deelnemers vertelden dat ouders of andere familieleden artikelen, documentaires of talking points uit de media aanhaalden in

gesprekken over hun identiteit of transitie. Dat gebeurde soms expliciet, bijvoorbeeld via het doorsturen van artikelen, maar ook meer indirect, doordat familieleden taal of argumenten gingen gebruiken die sterk leken op online transfobe frames. Eén deelnemer (FG 1, S6) zei daarover dat diens familielid sprak over hoe “het allemaal in je strot geduwd” zou worden, wat voelde alsof het sterk overeenkwam met online *talking points* waardoor het moeilijk te geloven was dat die ideeën helemaal los van media waren ontstaan.

Deelnemers maakten zich zorgen om hoe de negatieve manier van media-aandacht bestaande twijfels en weerstand in hun omgeving bevestigt, omdat ze zien dat ongenuanceerde mediaboodschappen al snel worden gebruikt als referentiekader. Zo vertelde een deelnemer bijvoorbeeld dat diens/zijn vader nieuwsartikelen en de documentaire ‘Transitiespijt’ aanhaalde tijdens diens transitieproces:

> Ik kan me bijvoorbeeld wel herinneren dat mijn vader, die heeft veel moeite gehad met mijn transitie, maar dat heeft hij nog steeds; dat hij wel eens een keertje nieuwsartikeltjes stuurde over mensen die spijt hadden. Ik weet dat er zo'n documentaire was geweest, ‘Transitiespijt’. Daar heb ik ook wel het een en ander over gehoord. En dan meer van mensen die dan toch een soort van ‘zie je wel’ ideeën hadden. (FG 2, S4)

Ook andere deelnemers maakten zich zorgen over hoe media onwetendheid en onbegrip in stand houden doordat ze foutieve informatie en transfobe narratieven verspreid zagen worden. Dit zagen ze veelal gebeuren vanuit extreemrechtse en christelijke hoeken, maar ook door mediamakers die beperkte kennis hebben over genderdiversiteit en daarmee informatie de wereld in helpen die vooroordelen van kijkers en lezers voeden; zo ook die van familieleden.

> Als ik een bepaald element van misinformatie tegenkom; dat ik meteen zoiets heb van, oh jee, dit gaat zoveel nare consequenties hebben voor mensen die er niet genoeg van af weten. (FG 1, S6)

> En blijft er […] bij de kijker […] vaak een soort van twijfel hangen van: ja, ik vertrouw het toch niet helemaal. Of ja, die criticus heeft toch wel een punt. En het moet […] uiteindelijk gewoon veel harder onderuit worden gehaald dat het gewoon allemaal gewoon rechtse en vaak ook christelijke bullshit is die wordt verspreid. […] En ik denk oprecht dat cisgender journalisten vaak, die hebben daar gewoon onvoldoende kennis van. Dus die denken van: oh, goed punt van die criticus. […] Dan mag nog iemand in anderhalf minuut nog iets tegenoverstellen. En zo worden gewoon dingen nooit gedebunked. En […] de onderbuik van heel veel Nederlanders blijft gewoon gevoed worden. […] Wil je echt eerlijk berichtgeven, dan moet er gewoon veel harder worden opgetreden tegen al die transfobe bullshit die er wordt verspreid. (FG 2, S3)

In de gesprekken kwam daardoor duidelijk naar voren dat deelnemers media niet alleen zien als bron van informatie, maar ook als een plek die beeldvorming bij anderen vormgeeft. Zeker omdat veel cisgender mensen weinig direct contact hebben met transgender personen, krijgen mediaverhalen volgens deelnemers onevenredig veel invloed op hoe zij naar transgender mensen kijken.

Sommigen vertelden ook dat zij de verharding uit media voelden terugkomen in het publieke domein. Vooral in de non-binaire focusgroep werd de toon van het debat niet alleen online ervaren, maar werkte mee aan hoe veilig of onveilig de openbare ruimte aanvoelde. Een deelnemer zei: “Je ziet dat de media de afgelopen paar jaar steeds negatiever is geworden. En dat voel je meteen terug op straat” (FG 3, S1). Enkele deelnemers benoemden dat zij vaker boze blikken, opmerkingen of verwensingen op straat krijgen en dat zij dit zien als een van de gevolgen

van bredere negatieve media-aandacht. Anderen vertelden over hun voortdurende waakzaamheid in sociale situaties, omdat ze zich onzeker voelen over hoe anderen, mede onder invloed van mediaberichtgeving, naar hen kijken. Zeker omdat media een sterk gepolariseerd beeld van de samenleving oproepen, zijn ze extra alert in het openbaar:

> Door de mediaberichtgeving heb ik heel erg het gevoel gekregen dat de samenleving […] ofwel heel erg pro zijn of heel erg anti. Waardoor ik de hele tijd het gevoel heb van mensen die naast mij zitten in de trein of collega's, van: 'O, ben jij verkeerd of ben jij een goeie?' En dat is een heel naar gevoel. (FG 1, S3)

Zichtbaarheid van transgender personen in de media gaat dus niet automatisch gepaard met meer begrip vanuit buitenstaanders en een gevoel van veiligheid. Een deelnemer vatte deze visie als volgt samen: "Een voorwaarde voor meer zichtbaarheid is meer veiligheid. En meer veiligheid komt juist door meer zichtbaarheid. Dus ergens moet er actief aan getrokken worden om dat de goede kant op te krijgen" (FG 3, S1). De manier waarop de media-aandacht precies wordt ingevuld, was cruciaal volgens transgender personen.

Tegelijkertijd ervaart een andere deelnemer dat media voor hen de werkelijkheid vertekent: "Het lijkt allemaal heel heftig op basis van wat je op Insta bijvoorbeeld ziet, ja. Maar het is zeker een vertekend beeld." (FG 1, S3). Online kan transfobie alomtegenwoordig lijken, terwijl dat in directe ontmoetingen dus niet altijd op dezelfde manier wordt ervaren. Juist die spanning maakt mediabeelden voor deelnemers ingrijpend voor hun dagelijkse leven.

Ook steekproefrespondenten ervaren grote invloed van trans-gerelateerde media op de samenleving

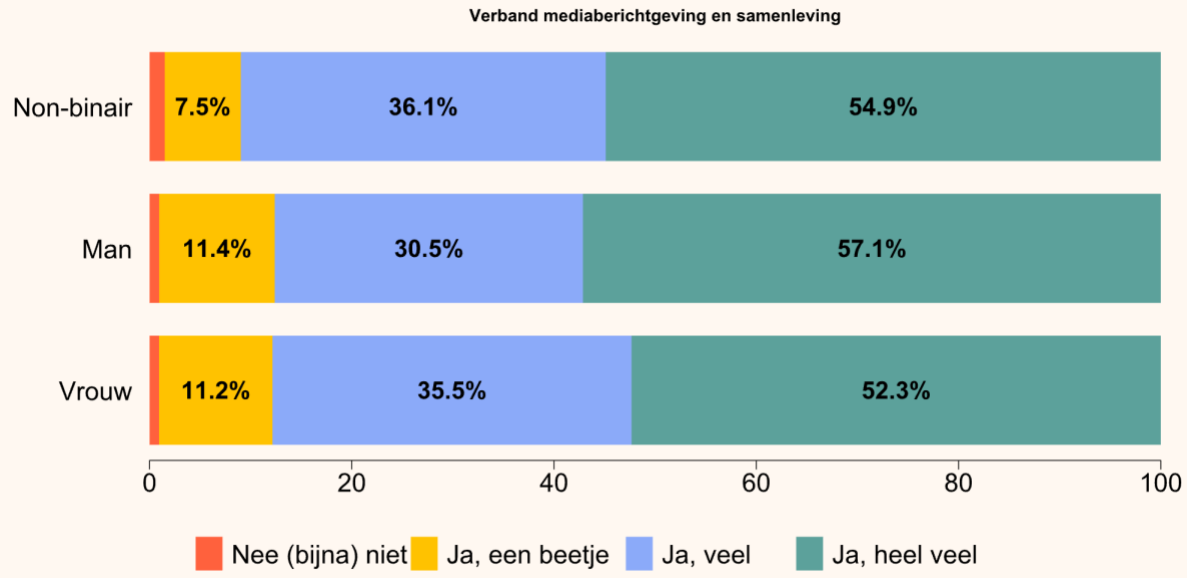
Binnen de steekproef is de consensus dat mediaberichtgeving invloed heeft op de samenleving ook aanwezig (Figuur 18). 99% van de respondenten geeft aan dat er sprake is van een verband tussen

mediaberichtgeving en hoe de samenleving omgaat met transgender personen en -onderwerpen. 89% van de steekproef geeft zelfs aan dat er sprake is van (heel) veel invloed. Onder laagopgeleiden en oudere respondenten wordt minder invloed toegeschreven aan mediaberichtgeving, maar alsnog is er sprake van een overduidelijke meerderheid die erkent dat dit verband bestaat binnen deze groepen.

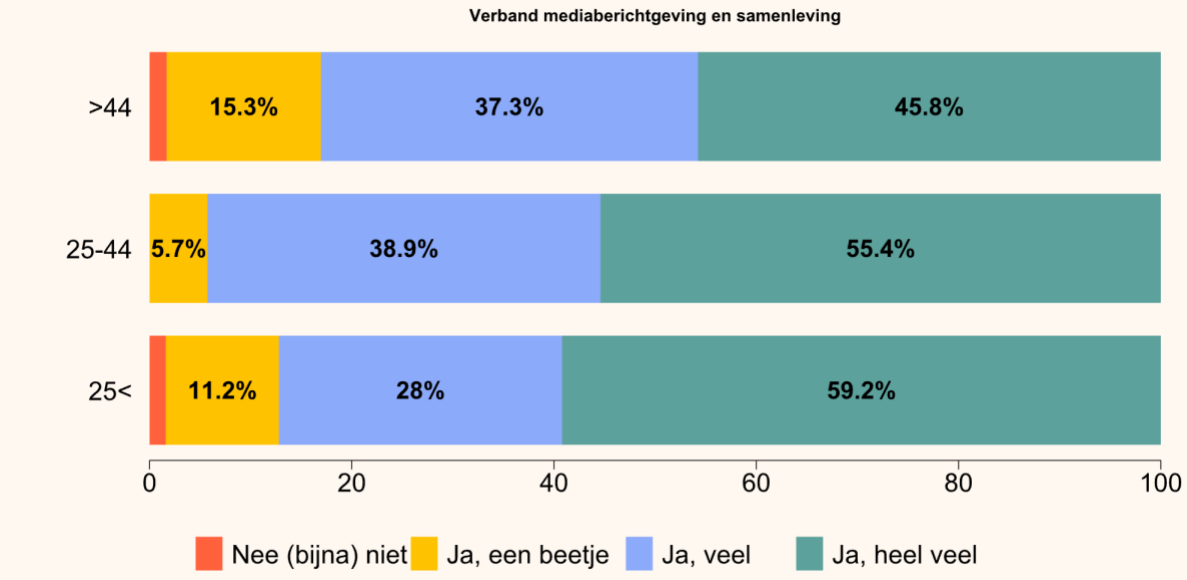
Een centraal thema dat naar voren komt in de antwoordtoelichtingen van de respondenten is het ervaren gebrek aan invloed van transgender personen op de manier waarop zij in de media worden gerepresenteerd. De media rapporteren en de consument vormt een mening op basis van de geleverde informatie, terwijl de stem van transgender personen zelf geen onderdeel van dit proces lijkt te zijn. Vanwege hun onzichtbaarheid in het dagelijks leven zullen meningen over transgender personen eerder gevormd worden door mediaberichtgeving dan face-to-face interacties. Verder zien we dat het merendeel van de toelichtingen in de antwoorden verwijst naar negatieve mediacasussen. Hoewel mediablootstelling aan transgender personen kan bijdragen aan een grotere maatschappelijke acceptatie, ervaren veel respondenten dat de berichtgeving vooral gericht is op negatieve voorbeelden die bestaande vooroordelen versterken. Hierdoor wordt de invloed van transgerelateerde media op de samenleving door respondenten vaker als negatief dan als positief beoordeeld.

Figuur 18. Antwoorden op de vraag: “Is er volgens jou verband tussen negatieve/positieve mediaberichtgeving over transgender onderwerpen en hoe de Nederlandse samenleving met die onderwerpen omgaat?”, uitgesplitst naar gender, leeftijd en opleidingsniveau

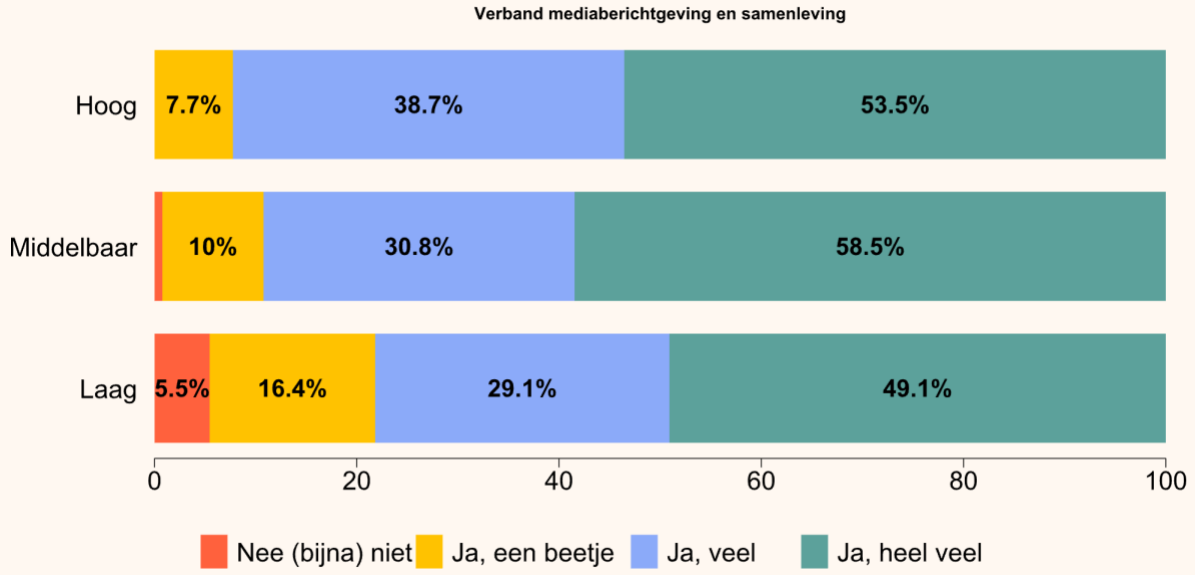
Genderidentiteit



Leeftijdsgroepen



Opleidingsniveau



Noot. n=345

Ook de bredere politieke invloed van zulke journalistieke keuzes werd meermaals benoemd: "De argumenten die je langs hoorde komen in de Tweede Kamer, dat is gewoon de anti-trans-retoriek die kritiekloos door de media gespreid is in de tijd daarvoor. In dit geval is het elkaar naar beneden aan het versterken" (FG 3, S1). In hun beleving versterken media en politiek elkaar hierin wederzijds; niet alleen politiek beïnvloedt mediaberichtgeving, maar media kunnen ook weer politieke, beleidsmatige keuzes beïnvloeden:

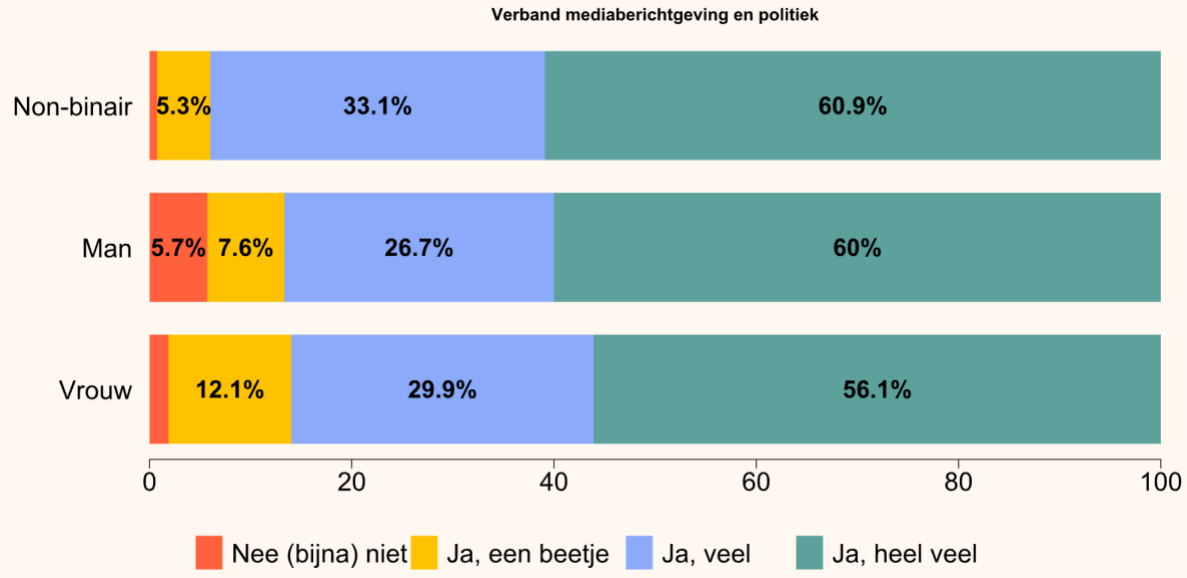
> Politiek wordt meer dan ooit gevoed vanuit onderbuik. En als die onderbuik negatief is, dan is er een grote kans dat er, nou ja, bijvoorbeeld het eerste wat denk, eraan zou kunnen gaan in Nederland, de puberteitsremmers voor transgender jongeren. En ja, dat kan denk ik echt gewoon voor een hele grote daling van de mentale gezondheid van transjongeren zorgen. (FG 2, S3)

Ook op dit gebied zien we terug dat een overgrote meerderheid van de steekproef erkent dat er sprake is van een verband tussen mediaberichtgeving en politieke keuzes omtrent transgenderonderwerpen

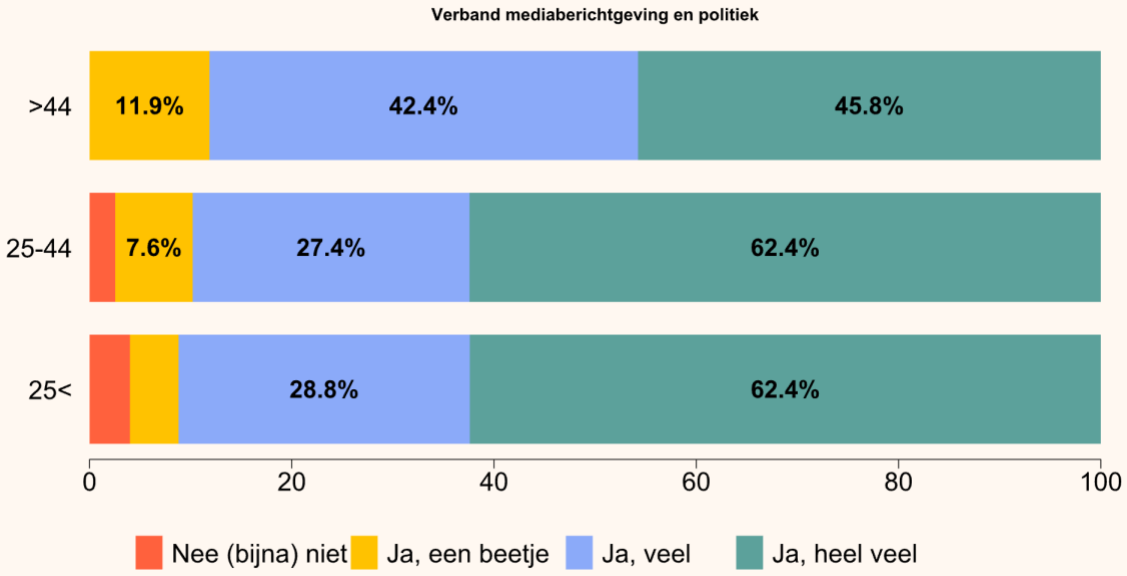
en -personen (Figuur 19). In de toelichtingen wordt ook meermaals benoemd dat politici bewust inspelen op het onderbuikgevoel van het electoraat. Volgens meerdere steekproefrespondenten bevestigen politici bewust de vooroordelen die onder hun kiezers leven. Door aan te sluiten bij bestaande opvattingen kunnen zij hun band met het electoraat versterken en politieke steun behouden. Het corrigeren van desinformatie kan daarentegen botsen met deze opvattingen, waardoor politici het risico lopen kiezers te verliezen.

Figuur 19. Antwoorden op de vraag: “Is er volgens jou verband tussen negatieve/positieve mediaberichtgeving over transgender onderwerpen en hoe de politiek hiermee omgaat?” uitgesplitst naar gender, leeftijd en opleidingsniveau

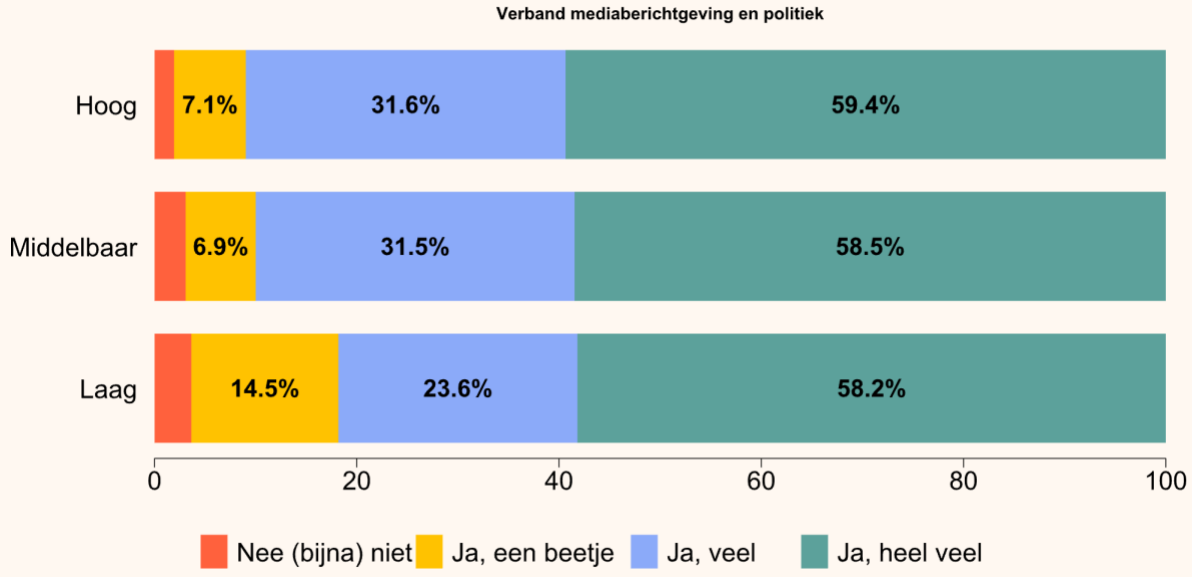
Genderidentiteit



Leeftijd



Opleidingsniveau



Noot. n=345

Dit tweede thema laat zien dat mediaberichtgeving volgens deelnemers niet alleen doorwerkt in hoe zij zich voelen, maar ook in hoe zij zich gedragen, hoe zichtbaar zij durven te zijn en hoe zij hun omgeving lezen. Mediabeelden raken daarmee aan hun dagelijks functioneren: aan hun stemming, hun mediagebruik, hun gevoel van veiligheid en hun contact met anderen. Daarnaast beschrijven deelnemers dat media ook buiten hun

eigen beleving gevolgen hebben, doordat berichtgeving mee vormt hoe familieleden, collega's, het bredere publiek en politici naar transgender personen en transgender onderwerpen kijken. De surveydata sluiten daarbij aan: een ruime meerderheid van de respondenten ziet een verband tussen mediaberichtgeving en hoe de samenleving en politiek omgaan met transgender personen. Juist omdat veel mensen in hun dagelijks leven weinig direct contact hebben met transgender personen, krijgt mediaberichtgeving volgens deelnemers een onevenredig grote rol in de beeldvorming.

3.3 Wanneer media positief werken: échte verhalen zorgen voor herkenning en begrip

Tegenover de dominante negatieve ervaringen stonden ook duidelijke positieve media-ervaringen. Die positieve ervaringen werden door deelnemers vooral beleefd bij boeken, films, series, sommige documentaires, educatieve programma's (bijv. het Klokhuis) en media waarin transgender en non-binaire personen zelf aan het woord kwamen (bijv. het programma 'Hij, zij, hen'). Zulke media voelden voor deelnemers positief, niet alleen omdat ze per se alleen "mooie" verhalen vertelden, maar omdat ze feitelijker, menselijker en minder conflict-gericht waren. Ze boden meer ruimte voor herkenning, nuance en een breder beeld van de transgender gemeenschap dan andere mediavormen. Positieve media betekenen voor deelnemers dus media die beter kloppen en daarmee dichter bij de veelzijdige ervaringen van transgender mensen liggen.

Herkenbare beelden en normalisering helpen

Voor sommige deelnemers hadden films, series of boeken directe betekenis in hun eigen identiteitsproces, met name wanneer ze zich konden herkennen in de verhalen die erin verteld werden. Zij beschreven dat media hen woorden gaven voor gevoelens die eerder moeilijk te plaatsen waren, of hielpen richting te geven in hun coming-out of transitieproces. Een deelnemer vertelde bijvoorbeeld: "Ik ben zelfs uit de kast gekomen door de media, dus dat heeft geholpen. Dat kwam door films die het onderwerp dus

behandelden. En daardoor zei ik, dat komt me zo bekend voor. En zo ben ik eruit gekomen. Dat hielp wel" (FG 1, S5). Een andere deelnemer zei dat een film haar had geïnspireerd om stappen te zetten in haar transitie (FG 1, S6).

Ook werd gewaardeerd wanneer een personage niet volledig gereduceerd werd tot diens genderidentiteit. Deelnemers benadrukten hoe prettig het was wanneer een transitie of naamsverandering in fictieve media niet tot een ingewikkeld spektakel werd gemaakt, maar bijna vanzelfsprekend onderdeel bleef van het verhaal. Een deelnemer noemde bijvoorbeeld hoe fijn het was dat er in een serie maar een paar seconden werd gewijd aan een nieuwe naam van een personage, waarna het verhaal gewoon doorging (FG 2, S1).

Ook waarderen deelnemers media wanneer die transgender personen in een informatieve, respectvolle en niet-politiserende vorm belichten. In de focusgroepen werd expliciet benoemd dat media die "gewoon feiten" benoemen en "op een respectvolle manier" uitleg geven, veel prettiger aanvoelen dan media die meteen conflict of debat centraal zetten. Dat sluit aan bij de bredere lijn in dit rapport: positieve representatie gaat voor deelnemers niet alleen over zichtbaarheid, maar over zichtbaarheid die klopt.

Als transgender personen zelf spreken, worden mediabeelden herkenbaarder en menselijker

Deelnemers waarderen media waarin transgender en non-binaire personen zélf aan het woord komen, of waarin duidelijk voelbaar is dat zij betrokken waren bij de totstandkoming van media-inhoud. Zulke media worden vaker gezien als bronnen van nuance, ervaringsdeskundigheid en erkenning dan andere media. Voor deze deelnemer was het echt te onderscheiden wanneer er transgender mensen betrokken werden: "Er is wel wat positieve, wat goede representatie. Maar wat je merkt aan die [gevallen] van goede representatie, is dat er dan ook echt trans mensen achter de knoppen zitten" (FG 3, S1). Een andere deelnemer verwoordde het belang van zichtbaarheid van verhalen van transgender en non-binaire

mensen doordat het mediagebruikers een completer beeld zou geven van de beleidskeuzes waardoor zij geraakt worden:

> Om iets te noemen waarvan ik denk dat dat heel veel positieve invloed heeft, is zichtbaarheid van verhalen van trans en non-binaire mensen. Dus wat je heel vaak ziet in nieuwsberichten en zo, dan wordt er wel allemaal over bericht, maar dan komt er geen enkele trans persoon aan het woord. D'r wordt niet bericht over de gevolgen van bepaalde beleidswijzigingen of wetten die zijn aangenomen. En ik denk dat op het moment dat dat wel gebeurt en dat trans mensen ook daadwerkelijk zichtbaar kunnen zijn als persoon in de media en in het nieuws, ik denk dat dat heel positief zou zijn en heel veel positieve invloed zou hebben. (FG 3, S2)

Vaak voelde representatie in media ook waardevol voor deelnemers als de genderidentiteit van de persoon niet centraal wordt gezet. Een deelnemer vertelde hierover: "Wat ik vooral ook zie als representatie, is dat je ook in de media trans mensen ziet die gewoon hun ding doen […] en hun trans zijn heeft niks met de plot te maken" (FG 3, S1). Verder werd het bijvoorbeeld onder de non-binaire deelnemers gewaardeerd dat iemand als Raven van Dorst een podium krijgt om programma's te maken waarin veel meer ruimte is voor diens persoonlijkheid en talent voor programma's maken, in plaats van dat het draait om diens non-binaire genderidentiteit. Dat laat zien dat positieve representatie voor deelnemers juist vaak samenhangt met alledaagsheid: iemand mag zichtbaar trans of non-binair zijn, zonder dat dat de enige reden is waarom die in beeld komt. Ook het voorbeeld van een "non-binaire klimaatwetenschapper" werd genoemd om te benadrukken dat media veel vaker zouden kunnen laten zien dat trans en non-binaire mensen ook expertise en werk hebben buiten gender zelf:

> Als er een trans persoon aan tafel zit, dan is dat alleen maar omdat het over een trans issue gaat. En daarmee maak je witte man de standaard. En trans non-binair raar. Terwijl trans en non-binair, dat is

> ook gewoon hartstikke normaal. En die maken ook gewoon deel uit van de samenleving. En er zijn non-binaire mensen die klimaatwetenschapper zijn. Die weet ik veel wat voor functie hebben, expertise over andere dingen dan gender. (FG 3, S1)

De verbindende kracht van media: verhalen creëren empathie en begrip vanuit naasten

Media konden volgens deelnemers niet alleen voor henzelf steunend zijn, maar ook helpen om anderen iets te laten begrijpen wat voor henzelf moeilijker onder woorden te brengen is. Zo zorgden boeken, films en verhalen voor meer begrip in de omgeving van enkele deelnemers. Een van hen vond het bijvoorbeeld lief van zijn oma dat ze artikelen verzamelde die met LHBT-gerelateerde onderwerpen te maken hebben.

> Mijn oma, die leest wel echt fanatiek de krant. En als er dan een artikel is wat ook maar iets met LHBT te maken heeft, dan knipt ze dat dus uit en bewaart ze dat in een envelop. En dit is echt dit zijn echt extreem traditionele mensen enzo. Maar dat is wel heel wholesome. […] "Ik heb ook weer een artikel voor jou", dan gaat het over een of andere docent die dan gay is of zo. Maar ze leest dus ook heel veel de Margriet en […] dat soort bladen en daar staan best wel vaak artikelen in blijkbaar, dat weet ik nu dus, want elke keer als ik daar kom dan krijg ik ze. Artikelen over dus mensen die in transitie zijn gegaan, zeg maar mannen, vrouwen, non-binair, whatever, alles. En dat, ja ik weet niet, dus op een of andere manier is ze er dan wel heel positief over ofzo. Zo van, oh ja, die doen dat ook ofzo. Of als een BN'er […] die dan trans is, dat ze dan zo is van, "oh ja, maar die is dat ook", weet je wel. Dus dan vind ik dat toch wel weer positief. (FG 2, S4)

Een ander vertelde dat een boek over transitie een volledig kantelpunt werd in het contact met haar vader, omdat dat boek hem hielp begrijpen wat eerder tussen hen vastzat:

> Na mijn coming-out was het best wel lastig tussen mij en mijn vader. We hebben een periode heel weinig gesproken. En op een gegeven moment zijn we een boek gaan lezen. […] Het gaat over in transitie gaan enzo, en dat was echt een totaal kantelpunt voor hem. En daarna is het ook best wel snel goed gekomen tussen ons. Op het moment dat wij niet konden praten, heeft dat hem echt heel erg geholpen om het beter te begrijpen. Dus dat is ook wel echt de kracht die media kan hebben denk ik. (FG 1, S6)

Tegelijkertijd zijn deelnemers ook dankbaar voor de sterkere verbinding die zij voelen met de community dankzij de kracht van media. Zo beschreven deelnemers dat media een ingang kon zijn naar gemeenschap via gedeelde posts, online groepen en ontmoetingen die daaruit voortkwamen: “Ik was heel blij dat ik toen op een gegeven moment een soort van community middagje in person had met een aantal andere queer mensen. Dat heeft me toen heel veel goed gedaan” (FG 3, S1). Ook het delen van nieuws binnen queer netwerken werd als nuttig ervaren: “Je zit toch een beetje in je eigen bubbel met queer mensen… dus daar wordt onderling natuurlijk heel veel nieuws gedeeld” (FG 3, S1). Ook online en via cultuur konden media verbindend werken. Er werd bijvoorbeeld verteld over queer Youtubers, muziek, festivals, community-dagen en andere cultuurvormen die bijdroegen aan dat de deelnemers zich gezien voelden en dat ze voelden dat ze er mogen zijn. Voorbeelden als deze maken zichtbaar dat media soms een brugfunctie kunnen vervullen.

Daarnaast werd benoemd hoe noodzakelijk het is voor het begrip vanuit de maatschappij, dat media bewust omgaan met het beeld dat zij neerzetten van transgender mensen. Een deelnemer noemde positieve representatie zelfs “echt letterlijk van levensbelang” (FG 2, S3) waarbij herkenbare en menselijke representaties zouden helpen om abstracte beelden die mensen van transgender personen hebben te doorbreken. Dit helpt empathie te vergroten en daarmee hopelijk de afstand tussen transgender personen als “onderwerp” en als mensen te verkleinen.

Voor deelnemers was het bij media dus minstens zo belangrijk dat transgender en non-binaire personen zichtbaar zijn als veelzijdige mensen met talenten, werk, relaties en expertise, ook wanneer hun genderidentiteit niet het centrale onderwerp is. Dit kan kennis en begrip van mensen in hun omgeving en in de Nederlandse samenleving verhogen. Deze kwalitatieve bevindingen helpen ook om het kwantitatieve patroon te duiden waarin boeken en series relatief positief worden gewaardeerd: in de focusgroepen werden juist deze media genoemd als plekken waar meer respect en menselijkheid te vinden zijn, en waar transgender personen minder snel als twistpunt worden neergezet.

Prioriteiten stellen: de belangrijkste overwegingen bij mediaberichtgeving over transgender personen

De verschillende aspecten van mediaberichtgeving die in de focusgroep naar voren kwamen, worden door deelnemers aan de enquête over het algemeen positief beoordeeld. Wel zijn er duidelijke verschillen in de mate van waardering. De hoogste waardering gaat uit naar feitelijke en realistische berichtgeving en naar het weerspreken van nepnieuws. Deze aspecten hebben gemeen dat ze gaan over een correcte en nauwkeurige weergave van de werkelijkheid. Een tweede groep bestaat uit het aan het woord laten van transgender personen en het gebruik van respectvolle taal. Deze kenmerken gaan vooral over de manier waarop berichtgeving wordt vormgegeven en gepresenteerd. De laagste waardering gaat naar het brengen van een positief verhaal. Hoewel dit aspect met een gemiddelde score van 7,4 nog steeds ruim voldoende wordt beoordeeld, ligt de waardering duidelijk lager dan bij de andere kenmerken.

De resultaten laten zien dat alle onderzochte aspecten belangrijk worden gevonden. Tegelijkertijd wijzen de verschillen in waardering erop dat respondenten vooral waarde hechten aan een correcte en feitelijke weergave van de werkelijkheid, gevolgd door de vorm waarin berichtgeving wordt gepresenteerd. Het uitdragen van positieve verhalen

wordt eveneens gewaardeerd, maar lijkt minder prioriteit te hebben dan nauwkeurigheid en respectvolle representatie.

Tabel 2. Waardering media-aspecten op een tienpuntsschaal

	Gemiddelde score
Feitelijke berichtgeving	9,377a
Realistische berichtgeving	9,099ab
Nepnieuws weerspreken	8,965bc
Transgender personen aan het woord	8,626cd
Respectvolle taal	8,551d
Positief verhaal	7,386e

Noot. n = 345, scores met dezelfde letter verschillen niet significant van elkaar

De kwalitatieve bevindingen helpen om deze verdeling beter te begrijpen. Deelnemers waarderen positieve media dus niet vooral wanneer die geruststellend of optimistisch zijn, maar vooral wanneer die feitelijk, respectvol en minder vervormd zijn. Dat “het moet kloppen” kwam in de focusgroepen steeds terug als belangrijker dan de vraag of een verhaal per se positief klinkt.

Dit derde thema laat zien dat positieve media-ervaringen voor deelnemers niet vooral draaien om opgewekte of geruststellende verhalen, maar om representatie die feitelijk, herkenbaar en menselijk is. Juist wanneer transgender en non-binaire mensen zichtbaar worden als gewone,

veelzijdige mensen, kunnen media erkenning geven, begrip vergroten en soms zelfs een ingang bieden naar steun of een respectvol gesprek.

3.4 Deelnemers vragen om meer inclusie van transgender personen in de media

De succesfactoren en wensen voor verbetering van mediaberichtgeving sloten nauw aan op wat deelnemers in eerdere delen van de focusgroep gesprekken had geraakt. Hun voornaamste aanbevelingen gingen over drie punten: normaliseren van diverse genderidentiteiten in mediabeelden, betrekken van transgender personen bij het produceren van mediabeelden, en het nemen van journalistieke verantwoordelijkheid. Een van de deelnemers vatte de kern hiervan doeltreffend samen:

> Niets over ons zonder ons […] als je mensen die niet non-binair zijn of die niet trans zijn alleen maar laat praten over trans mensen […] dan zal je altijd te maken krijgen met misinformatie, met vooroordelen, met aannames. En dat is gewoon nooit goed eigenlijk. Dus voor echt goede, positieve beeldvorming heb je eigenlijk altijd de inclusie van trans en non-binaire mensen zelf nodig. (FG 3, S2)

Diversiteit, nuance en alledaagsheid in representatie

Wat deelnemers als allereerst wilden, was meer nuance en meer ruimte voor de diversiteit binnen ervaringen die transgender mensen meemaken. Dat betekende voor hen niet alleen méér transgender en non-binaire mensen in beeld, maar vooral een breder en eerlijk beeld van wie zij zijn. Dat betekent voor hen meer ruimte voor non-binaire mensen, voor transgender mensen van kleur, voor verschillende lichamen, leeftijden en levenslopen, en voor verhalen die niet telkens terugvallen op hetzelfde bekende script van de “perfecte” transitie en het bereiken van een mannelijk of vrouwelijk uiterlijk. Deelnemers maakten duidelijk dat media nog te vaak doen alsof één soort transgender verhaal het verhaal is voor iedereen.

Tegelijkertijd benadrukken ze dat deze zichtbaarheid ook normaler moet worden gemaakt: transgender personen zouden vaker zichtbaar mogen zijn in verhalen waarin hun genderidentiteit niet het volledige verhaal bepaalt. Ze verlangen naar meer mediabeelden van transgender personen als volwaardige, complexe mensen met werk, relaties, talenten, conflicten, interesses en alledaagse levens. Kortom: als mensen die meer zijn dan één onderwerp: “De media moeten ons gewoon beschouwen als gewone mensen en niet meer apart zetten als transgender” (FG 1, S5).

Transgender personen zelf aan het woord en aan de knoppen

Daarnaast vroegen deelnemers om transgender personen niet alleen in mediabeelden te laten voorkomen, maar ook structureel betrokken te worden bij het maken ervan. Verschillende deelnemers geven aan dat verhalen die transgender personen aangaan nog te vaak worden verteld zonder substantiële inbreng van deze mensen zelf. Een van de deelnemers gaf dit als volgt aan: “Wat je heel vaak ziet in nieuwsberichten enzo, is dan wordt er wel allemaal over bericht, maar dan komt er geen enkele trans persoon aan het woord” (FG 3, S2). Daardoor blijven ervaringsperspectieven onderbelicht en ontstaat ruimte voor misrepresentatie, versimpeling en onterechte framing van buitenaf. Wanneer er wel transgender personen aan de knoppen worden gelaten, is dat voor deelnemers namelijk direct te merken.

Deelnemers benadrukken dat betrokkenheid verder moet gaan dan incidentele zichtbaarheid voor de camera. Voor hen is het belangrijk dat transgender personen meer mogen meeschrijven, meedenken en meebeslissen vanuit posities als journalist, redacteur, maker, adviseur, onderzoeker. Vanuit daar worden immers namelijk de keuzes gemaakt over welke invalshoek en stemmen er een podium krijgen. Juist die structurele betrokkenheid helpt het verspreiden van kloppende, respectvolle en geloofwaardige mediabeelden: “Dat niet eens, als ze niet achter de knoppen zitten. Want er kunnen best wel trans mensen meedenken, maar als uiteindelijk de beslissingen nog steeds door cis mensen genomen worden, dan blijft er weinig van over” (FG 3, S1). De wens is dus niet alleen

meer zichtbaarheid, maar ook meer zeggenschap over hoe verhalen worden verteld aan de buitenwereld en welke perspectieven leidend zijn.

Zorgvuldige journalistieke keuzes en geen conflict-framing

Tot slot vroegen deelnemers om meer journalistieke zorgvuldigheid. Dat betekende in hun ogen: beter factchecken, minder kritiekloos overnemen van transfobe uitspraken, minder sensationele conflict-framing, minder stereotyperende invalshoeken, minder klakkeloos tegenover elkaar zetten van "voor-" en "tegenstanders" en serieuzer omgaan met de sfeer in de commentsecties.

> Je zou ook als nieuwsorganisatie er gewoon voor kunnen kiezen om geen transfobe uitspraken van Trump bijvoorbeeld, […] dat je ze gewoon niet laat zien. (FG 1, S3)

In de focusgroepen werd stevig gesproken over de manier waarop media soms onder het mom van neutraliteit uitspraken van politici of opiniemakers verspreiden zonder ze de onwaarheden erachter te controleren, en daardoor slecht onderbouwde of kwaadwillende uitspraken tóch te verspreiden. Verder noemde één deelnemer (FG 2, S2) online commentsecties "één grote shitshow aan ellende" en vond dat media daar ook verantwoordelijkheid in dragen. Een ander zei dat de journalistiek de macht hoort te bevragen en dus ook transfobe beweringen niet zomaar hoort te laten passeren:

> Onder het mom van neutraliteit worden al die meningen van politici die nergens op zijn gebaseerd, gewoon overgenomen zonder kanttekeningen erbij te plaatsen. En ik vind dat de taak van de journalistiek is: bevragen van de macht, en daar hoort dit bij. Dus ik vind eigenlijk dat er ook gewoon beter toegezien moet worden op factchecken en of informatie die over ons verspreid wordt ook echt klopt. (FG 3, S2)

Deelnemers vragen mediamakers dus om vakmanschap en verantwoordelijkheid: laat niet automatisch de luidste of meest provocerende stem leidend zijn, behandel transgender mensen niet als strijdtoneel, en wees je bewust van wat journalistieke keuzes in de praktijk kunnen aanrichten. Daarmee verschuift het perspectief transgender personen als onderwerp waarvan iedereen mag beslissen of ze het eens zijn met hun bestaan, naar mensen die net als iedereen, als gelijkwaardige burgers van vlees en bloed, deel uitmaken van de samenleving. Daarmee vormt dit vierde thema een duidelijk antwoord op de laatste deelvraag. Wat deelnemers wensen, is uiteindelijk niet alleen meer zichtbaarheid, maar mediaberichtgeving die feitelijker, menselijker en zorgvuldiger met transgender en non-binaire mensen omgaat.

4. Conclusies

Dit onderzoek laat zien dat mediaberichtgeving over transgender-gerelateerde onderwerpen invloed heeft op het dagelijks leven van transgender en non-binaire mensen: op hun mentale welzijn, hun gedrag en op hoe zij door anderen worden gezien en behandeld. Woorden, beelden, koppen, bronnen en invalshoeken doen er allemaal toe. Dit beïnvloedt hoe deelnemers denken dat anderen naar hen kijken, hoeveel ruimte zij voelen om zichtbaar zichzelf te zijn, en hoe veilig zij zich voelen.

Media beïnvloeden mentaal welzijn, gedrag en toekomstbeeld

Deelnemers aan dit onderzoek gaven aan dat negatieve berichtgeving een breed scala aan negatieve gevoelens bij hen kan oproepen, zoals verdriet, plotse spanning, onzekerheid of bezorgdheid. Sommigen vermijden daarom bij voorbaat nieuwsberichten omdat zij verwachten dat deze hen van streek zullen maken, omdat dat eerder ook al is gebeurd. Anderen letten bijvoorbeeld meer op hun omgeving, vermijden discussies over trans onderwerpen, of passen de manier aan waarop ze hun identiteit naar de buitenwereld tonen omdat zij zich minder veilig voelen. Ook kwamen zorgen over maatschappelijke trans acceptatie, politieke ontwikkelingen, toegang tot zorg en de toekomstige veiligheid van trans mensen regelmatig naar voren.

De focusgroepen gaven veel ruimte voor de diepgaande emoties die deelnemers ervaarden door mediaberichtgeving. In de drie focusgroepen, bestaande uit 6 transgender vrouwen en trans feminiene personen, 4 transgender mannen en trans masculiene personen, en 3 non-binaire deelnemers, spraken zij openlijk over hoe berichtgeving over transgender-gerelateerde onderwerpen doorwerkt in hun welzijn, gedrag en sociale omgeving. De vragenlijst toonde vervolgens aan dat deze verbanden breder spelen. Negatieve mediaberichtgeving bleek samen te hangen met

een slechter mentaal welzijn, meer stress over transgender-onderwerpen, angst voor de toekomst als transgender persoon en toegenomen aanpassing van gedrag aan de hand van mediaberichtgeving. Voor positieve mediaberichtgeving gold het omgekeerde, maar er werd geen verband gevonden met gedragsaanpassing.

Hiermee laat dit onderzoek zien dat mediaberichtgeving samenhangt met het mentale welzijn en het gevoel van veiligheid van transgender personen, en dat deelnemers zelf ervaren dat media hierop invloed hebben. Uit bestaande monitors blijkt dat transgender en non-binaire mensen vaker discriminatie en online haat meemaken, vaker onveiligheid ervaren en vaker nadenken over wat zij wel of niet kunnen doen in het dagelijks leven. Dit is geen inherent aspect aan het leven als transgender persoon: hoe de media hen afbeeldt heeft hier een onmiskenbare invloed op. Dit is geen inherent aspect aan het leven als transgender persoon. De resultaten wijzen erop dat de manier waarop media hen afbeelden hierbij een rol speelt.

Media beïnvloeden hoe transgender personen gezien en behandeld worden

Deelnemers ervaren berichtgeving als belemmerend wanneer transgender mensen worden neergezet als maatschappelijk probleem. Dit geldt zowel voor expliciete discussies over het bestaan van transgender mensen als voor onderwerpen zoals genderzorg, sportdeelname, wetgeving en faciliteiten. Wanneer media op deze wijze deze thema's benaderen, verschuift het debat naar hun legitimiteit en rechten. Deelnemers ervaren dit als ontmenselijkend.

Daarnaast hebben media invloed op sociale en politieke beeldvorming volgens deelnemers aan dit onderzoek. Omdat veel mensen weinig persoonlijke interactie hebben met transgender personen, vormen media vaak de primaire bron van informatie. Ook politieke discussies worden

mede gevormd door media-aandacht: uitspraken krijgen bereik, worden herhaald en kunnen zo politieke debatten en beleidsvorming beïnvloeden.

Verschillen tussen mediatypes, veilige en vijandige mediaomgevingen

Deelnemers schaarden mediatypes niet onder één kam: het medium voor berichtgeving heeft invloed op de vorm en inhoud die zij waarnemen. Sociale media kwamen het sterkst naar voren als belangrijke omgeving voor berichtgeving rondom transgender personen. Deelnemers benoemden dat sociale media nuttig kunnen zijn voor gemeenschapsvorming en onderlinge steun, maar dat de toegenomen zichtbaarheid van transgender personen in deze omgevingen ook gepaard gaat met veel aversie, negatieve reacties en haatdragende berichtgeving. Deelnemers gaven aan dat het vermijden van deze haatdragende berichten op sociale media lastig is, mede doordat polariserende of belemmerende berichtgeving over transgender personen vaak veel zichtbaarheid en interactie genereert. Deelnemers beschreven de reactiesecties als weinig gereguleerde ruimtes waarin haatdragende sentimenten relatief ongehinderd tot uiting komen.

Deelnemers ervaarden verhalende media, zoals boeken, series en films, vaker als positief. Volgens hen bieden deze media meer ruimte voor verdieping en karakterontwikkeling, waardoor transgender personages niet uitsluitend worden gedefinieerd door hun trans-zijn. In plaats daarvan kunnen zij worden neergezet als veelzijdige personen met relaties, werk, humor, onzekerheden, talenten en alledaagse ervaringen. Voor transgender personen kan dergelijke representatie herkenning oproepen en bijdragen aan het gevoel gezien te worden. Daarnaast draagt deze vorm van beeldvorming bij aan normalisatie en maatschappelijke erkenning, doordat het publiek transgender personages ziet als volwaardige mensen met een rijk en alledaags leven, in plaats van personen die worden teruggebracht tot één aspect van hun identiteit. Dit

kan mede verklaren waarom boeken en series door respondenten vaker als positief werden ervaren.

Nieuwsmedia, talkshows en journaals richten zich op actuele gebeurtenissen en maatschappelijke ontwikkelingen, waardoor transgender onderwerpen vaak verschijnen op momenten dat er politieke discussies plaatsvinden of beleidsveranderingen op de planning staan. Zulke berichtgeving nodigt een breed publiek uit om zich hierover een mening te vormen, terwijl die meningen niet altijd gebaseerd zijn op volledige informatie of op de ervaringen van transgender personen zelf. Deelnemers merkten op dat hierdoor vooral de meest zichtbare en omstreden aspecten van transgender thema's aandacht krijgen, terwijl persoonlijke ervaringen van transgender personen weinig media-aandacht krijgen. Dat maakt duidelijk dat mediaprofessionals op verschillende manieren bijdragen aan beeldvorming, en dat zij verantwoordelijkheid dragen voor hun keuzes in invalshoek, context, taalgebruik en wie zij wel of niet aan het woord laten.

De basis voor verbetering: wat transgender personen wensen van de media

Transgender personen vinden het belangrijk dat mediaberichtgeving feitelijk klopt en recht doet aan hun werkelijkheid. Deelnemers benadrukten het belang van zorgvuldige informatie, respectvolle taal en het actief weerspreken van nepnieuws. Ook vinden zij het belangrijk dat transgender mensen zelf aan het woord komen, zodat duidelijker wordt hoe de onderwerpen waarover wordt bericht hun dagelijks leven beïnvloeden. Respondenten gaven feitelijke berichtgeving daarbij de hoogste waardering. Omdat desinformatie vaak de basis vormt voor transhaat, kan feitelijke berichtgeving helpen voorkomen dat ophef, angstbeelden en vijandige sentimenten verder worden aangewakkerd. Ook de vorm van berichtgeving is daarbij belangrijk: wanneer transgender personen zelf aan het woord komen en respectvolle taal wordt gebruikt, verschijnen zij nadrukkelijker als mensen met eigen ervaringen en perspectieven, in plaats

van als een groep die als afwijkend of buiten de samenleving wordt neergezet.

Eerder onderzoek laat zien dat meer zichtbaarheid niet automatisch leidt tot een volledig of divers beeld van transgender personen. Media leggen vaak de nadruk op medische transitie, het lichaam en conflict, waardoor andere verhalen onderbelicht blijven. Deelnemers aan dit onderzoek herkennen dit: herhaling van dezelfde beelden kan het gevoel versterken dat hun identiteit niet volledig wordt begrepen of erkend. Stereotypering en gebrek aan diversiteit blijven belangrijke knelpunten.

Daarnaast vinden deelnemers het belangrijk dat de media aandacht blijven besteden aan discriminatie, geweld en ongelijkheid, maar wel in context. Wanneer transgender personen vooral verschijnen als kwetsbaar of afwijkend, ontstaat een beperkt beeld. Deelnemers benadrukken daarom dat moeilijke ervaringen niet los moeten staan van het bredere leven van transgender personen. Ook alledaagse ervaringen, onderlinge verschillen, relaties, werk, plezier en toekomstperspectieven verdienen aandacht. Zo kunnen media bijdragen aan een volledigere en realistischer beeld van transgender personen, en aan meer begrip in de samenleving.

Generaliseerbaarheid en beperkingen

Dit onderzoek is niet volledig representatief voor alle transgender en non-binaire mensen in Nederland. Deelnemers zijn geworven via onlinekanalen en netwerken van Transgender Netwerk, waardoor mensen die verbonden zijn aan deze netwerken, sterk met media bezig zijn of gemotiveerd zijn om hun ervaringen te delen mogelijk zijn oververtegenwoordigd. Mensen met beperkte digitale toegang, taalvaardigheid, vertrouwen in onderzoek of verbinding met belangenorganisaties zijn mogelijk minder goed bereikt. Mogelijk zijn sommige groepen, zoals transgender mensen van kleur, ondervertegenwoordigd. Ook andere factoren die invloed kunnen hebben op mediabeleving zijn niet meegenomen. Daardoor is voorzichtigheid nodig bij de interpretatie van de resultaten, zeker omdat ervaringen sterk

kunnen verschillen wanneer transfobie samenkomt met bijvoorbeeld racisme, religie, beperking, sociaaleconomische positie of migratieachtergrond. Deze intersectionele ervaringen komen waarschijnlijk onvoldoende naar voren.

De enquêtegegevens versterken de bevindingen uit de focusgroepen. Met 345 respondenten bood de enquête de mogelijkheid om te onderzoeken in hoeverre thema's uit de focusgroepen ook breder werden herkend onder transgender personen in Nederland. Over het algemeen sloten de enquêteresultaten goed aan bij de ervaringen en sentimenten die in de focusgroepen naar voren kwamen. Daarmee ontstaat een krachtig en consistent beeld van wat deelnemers belangrijk vinden in mediaberichtgeving over transgender personen.

Tegelijkertijd is enige voorzichtigheid gepast bij de interpretatie van de uitkomsten. De steekproef is niet representatief naar sociaaldemografische kenmerken zoals leeftijd en opleidingsniveau: deelnemers aan de enquête waren relatief jong en hoogopgeleid. Wanneer ervaringen of opvattingen verschillen tussen leeftijds- of opleidingsgroepen, kunnen sommige verbanden daardoor sterker of juist minder sterk naar voren komen in dit onderzoek. Ondanks deze beperking geeft de sterke aansluiting tussen focusgroep- en enquêteresultaten steun aan de conclusies van dit onderzoek.

Wel zijn er enkele beperkingen in de opzet van het onderzoek. Ten eerste is de vragenlijst op slechts één moment afgenomen. De analyses laten daarom zien dat mediablootstelling en welzijn samenhangen, maar kunnen niet bevestigen wat oorzaak en gevolg is. Vervolgonderzoek is hiervoor nodig waarin bijvoorbeeld dezelfde mensen een tijd gevolgd worden met een korte dagelijkse vragenlijst, om te zien of welzijn verandert nadat iemand negatieve of positieve berichtgeving heeft gezien.

Ten tweede gaven in dit onderzoek respondenten zelf aan hoe vaak zij positieve of negatieve berichtgeving zien. Wat iemand als negatief ervaart,

kan afhangen van de eigen stemming. Daarnaast is er ook niet gecorrigeerd voor hoeveel iemand in het algemeen media gebruikt en welke invloed dat zou hebben. Iemand die veel media gebruikt kan zowel meer positieve als meer negatieve berichten zien. Hier zou in vervolgonderzoek rekening mee gehouden kunnen worden.

Bovendien is de vragenlijst afgenomen in een periode met veel internationaal nieuws over transgender personen. En mogelijk zit er een vertekening in de steekproef: mensen die sterk geraakt worden door media-aandacht hebben mogelijk sneller meegedaan. Beide kunnen percentages zoals angst voor de toekomst, beïnvloeden. Door de vragenlijst op een ander moment en via andere kanalen te herhalen kan worden nagegaan hoe stabiel deze uitkomsten zijn.

Tot slot zijn er veel verbanden getoetst, ook apart per genderidentiteit, maar niet elk verschil tussen groepen is statistisch bevestigd. De verschillen tussen trans vrouwen, trans mannen en non-binaire personen zijn vooral aanwijzingen die in vervolgonderzoek met grotere groepen verder getoetst kunnen worden.

5. Aanbevelingen voor mediamakers

Algemene richtlijn: “Niet over ons, maar met ons”

De resultaten van het onderzoek laten zien dat de kwaliteit en feitelijkheid van berichtgeving volgens de transgender deelnemers invloed heeft op hun welzijn. Met name. “Niet over ons, maar met ons” komt naar voren als belangrijke voorwaarde voor betere berichtgeving. Wanneer transgender mensen pas worden betrokken nadat de belangrijkste keuzes al zijn gemaakt, hebben zij weinig invloed op de manier waarop hun verhaal wordt ingekaderd. De insteek en toon liggen dan al grotendeels vast, waardoor belangrijke nuances gemakkelijker verloren gaan, en onterechte beeldvorming in stand wordt gehouden, al dan niet onbedoeld.

Zorgvuldige betrokkenheid vraagt om goede randvoorwaarden. Niet iedere transgender persoon wil of kan zichtbaar in de media verschijnen, zeker niet bij gevoelige onderwerpen zoals transhaat en geweld. De verantwoordelijkheid ligt daarom bij mediaorganisaties om veilige, respectvolle en goed voorbereide samenwerking mogelijk te maken. Alleen dan ontstaat berichtgeving die met transgender mensen wordt gemaakt en daadwerkelijk aansluit bij de werkelijkheid.

De onderstaande aanbevelingen zijn bedoeld voor journalisten, redacties, programmamakers, documentairemakers, talkshowredacties, sociale-mediakanalen en andere mediaprofessionals die werken aan content over transgender personen of transgender-gerelateerde onderwerpen. Ze sluiten aan bij de mediamonitoren en bij Transgender onderwerpen: Tips voor mediamakers, maar zijn hier uitgewerkt op basis van de ervaringen van deelnemers aan dit onderzoek.

1. Behandel transgender mensen als mensen, niet als object van debat

Vraag bij elk item vooraf: gaat dit over een concreet maatschappelijk vraagstuk, of maken we van transgender mensen zelf het onderwerp van discussie? Over zorg, wetgeving, sportregels of wachtlijsten kunnen verschillende opvattingen bestaan. Maar dat betekent niet dat het per definitie 'neutraal' is om alle opvattingen uit te lichten. De levens en rechten van transgender personen worden door internationale anti-rechtenbewegingen regelmatig naar voren geschoven als zondebok. Ook verspreiden zij op grote schaal desinformatie. Daardoor rust een deel van het 'debat' niet op reële zorgen, maar op de opportunistische strategie van tegenbewegingen. Deelnemers ervaren het als schadelijk wanneer hun bestaan, identiteit of recht om mee te doen ter discussie wordt gesteld. Vermijd daarom formats waarin transgender mensen tegenover "voor- en tegenstanders" worden gezet die zelf geen deel uitmaken van de gemeenschap. Zulke formats leveren vaak spanning op, maar weinig begrip. Kies liever voor uitleg, context, ervaringsverhalen en relevante expertise. Een item wordt sterker wanneer het publiek begrijpt wat er speelt en wat de gevolgen zijn voor de mensen om wie het gaat.

2. Kies een invalshoek die informeert in plaats van polariseert

Transgender onderwerpen worden vaak nieuwswaardig gemaakt via sensationalisering: de context verdwijnt en de mensen om wie het gaat worden teruggebracht tot een kwestie. Deelnemers beschreven juist die conflict-framing als vermoeiend en schadelijk. Vraag daarom bij de voorbereiding welke vraag centraal staat en wat het item toevoegt. Een verhaal over genderzorg kan bijvoorbeeld gaan over wachttijden, kwaliteit van zorg en ervaringen van mensen die zorg nodig hebben. Het hoeft geen strijd te worden over de vraag of die zorg eigenlijk wel zou mogen bestaan. Vermijd daarnaast koppen en uitspraken die vooral spanning oproepen. Een genuanceerd stuk kan alsnog polariserend uitpakken wanneer de kop, intro of sociale media post een conflict groter maakt dan de inhoud zelf. Zorgvuldige framing helpt voorkomen dat transgender mensen als probleem worden neergezet en dat dit beeld genormaliseerd en in stand gehouden wordt.

3. Controleer feiten, bronnen en frames actief

De meeste mensen hebben weinig contact met transgender personen en daardoor weinig eigen kennis om berichtgeving aan te toetsen. Onnauwkeurige of sensationele berichten komen daar eerder mee weg, en maken juist daarom meer indruk. Controleer daarom altijd waarop claims zijn gebaseerd. Lees onderzoeken, Kamerstukken of wetsvoorstellen zelf, en vraag deskundigen om complexe informatie te duiden. Maak duidelijk wanneer een uitspraak feitelijk onjuist is en plaats misleidende claims niet klakkeloos in je media item zonder weerlegging of duidelijke context te bieden over de oorsprong van die claim. Vraag je daarbij ook af of het noodzakelijk is om een claim überhaupt te herhalen. Een onjuiste uitspraak kan schade doen wanneer die steeds opnieuw wordt verspreid, zelfs wanneer een artikel of uitzending die later nuanceert of corrigeert. Denk daarbij ook altijd na over de motivatie achter de claim. Is het bedoeld om te informeren? Of is de bron alleen maar uit op meer polarisatie? Herhaling vergroot de zichtbaarheid en herkenbaarheid van een claim, waardoor deze voor een deel van het publiek kan blijven hangen, ook als de feitelijke basis ontbreekt. Let daarom niet alleen op de juistheid van afzonderlijke feiten, maar ook op het frame dat door een verhaal wordt versterkt. Wanneer media ongefundeerde beweringen steeds opnieuw centraal stellen, kunnen zij onbedoeld bijdragen aan twijfel, wantrouwen en negatieve beeldvorming. Deelnemers waarderen het wanneer media nepnieuws actief weerspreken en feitelijke informatie toegankelijk uitleggen. Voor hen is feitelijke correctheid geen detail, maar een voorwaarde voor veiligheid en vertrouwen. De concrete vraag voor mediamakers is daarom niet alleen: “Is deze uitspraak waar?”, maar ook: “Draagt het herhalen van deze uitspraak bij aan begrip, of vergroot het vooral de verspreiding van misinformatie?”

4. Betrek transgender mensen vroeg in het maakproces

Betrek transgender mensen niet pas wanneer de invalshoek, vragen en beelden van je media item al vastliggen. Vraag hen vroeg in het proces mee te denken over de centrale vraag, taal, beeldgebruik, bronnen, mogelijke risico’s en ontbrekende perspectieven. Dat kan als geïnterviewde,

bron, meelezer, redacteur, maker, fotograaf, camera operator of adviseur. Gebruik daarbij bij voorkeur meerdere perspectieven. Eén transgender persoon kan niet namens de hele gemeenschap spreken. Betrek bijvoorbeeld trans vrouwen, trans mannen, non-binaire mensen, mensen van kleur, oudere transgender mensen en mensen met uiteenlopende ervaringen met medische transitie. Nog sterker is het wanneer redacties structureel samenwerken met transgender makers en deskundigen, zodat hun perspectief niet alleen wordt gevraagd bij losse items.

5. Maak ruimte voor diversiteit binnen de transgender gemeenschap

Laat niet steeds hetzelfde trans verhaal terugkomen. Deelnemers herkennen zich vaak niet in het beperkte beeld dat media laten zien. Transgender mensen verschillen in genderidentiteit, leeftijd, kleur, religie, beperking, sociaaleconomische positie, woonomgeving, gezinssituatie en relatie tot medische transitie. Die verschillen verdienen zichtbaarheid. Vermijd daarom het idee dat er één herkenbaar trans verhaal bestaat. Ga bij elk item bewust na welke perspectieven ontbreken en zoek actief naar transgender mensen die die ervaringen kunnen vertegenwoordigen. Gebruik verschillende bronnen en voorkom dat steeds hetzelfde type verhaal centraal staat. Denk daarbij aan trans vrouwen, trans mannen, non-binaire mensen, jongeren, ouderen, mensen van kleur en mensen met uiteenlopende achtergronden en levenslopen. Sommige trans mensen willen bijvoorbeeld graag medische stappen zetten, maar anderen niet. Sommige trans mensen (willen) passen in het beeld dat de samenleving heeft van man of vrouw, anderen niet. En sommige trans mensen willen zichtbaar zijn, terwijl anderen juist veel waarde hechten aan privacy. Door die variatie media-aandacht te geven, ontstaat een realistischer en volledigier beeld van transgender mensen.

6. Geef transgender mensen media-aandacht buiten hun trans-zijn

Breng transgender mensen ook in beeld wanneer hun trans-zijn niet het onderwerp is. Een transgender arts, docent, kunstenaar, ondernemer, ouder, student of sporter hoeft niet alleen relevant te zijn in verhalen over transgender thema's. Alledaagse zichtbaarheid helpt om genderdiversiteit

te laten zien als vanzelfsprekend onderdeel van de samenleving. Dit betekent niet dat moeilijke onderwerpen vermeden moeten worden. Trans discriminatie, geweld, zorg en beleid blijven belangrijk, maar deelnemers vragen vooral om een menselijkere balans hierin. Maak ook mediaruimte voor hun individuele hobby's, talenten, liefde, familie, vriendschap, werk, kunst, sport en ouder worden. Zo ontstaat een beeld waarin transgender mensen als volledige mensen zichtbaar zijn.

7. Controleer de mogelijke gevolgen van je item als aparte redactiestap

Een zorgvuldig interview kan alsnog verkeerd landen door een sensationele kop, negatieve thumbnail, suggestieve voice-over, eenzijdige foto of onvolledig onderschrift. Controleer daarom zowel de inhoud als de verpakking van het item. Kijk naar de titel, het beeld, de sociale media post, de montage, het onderschrift, de timing en de context waarin het item gepubliceerd wordt. Vermijd hierbij onnodige verwijzingen naar iemands geboortegeslacht, oude naam, operaties, lichaamskenmerken of medische geschiedenis, en gebruik de naam en voornaamwoorden die iemand zelf gebruikt. Vraag daarnaast altijd toestemming wanneer iemand herkenbaar in beeld komt of wanneer persoonlijke informatie wordt gedeeld. Dit is extra belangrijk bij gevoelige onderwerpen.

8. Gebruik expertise waar expertise nodig is

Laat complexe onderwerpen niet over aan mensen zonder relevante kennis, die hun perspectief enkel uiten gebaseerd op onderbuikgevoelens en ongegronde standpunten. Bij genderzorg is medische en wetenschappelijke expertise nodig. Bij wetgeving die trans mensen aangaat, is juridische expertise nodig. Bij onderwijs, veiligheid, sport of beleid zijn deskundigen nodig die dat specifieke terrein kennen. Ervaringskennis van trans mensen is daarnaast onmisbaar om duidelijk te maken wat deze punten in hun dagelijks leven betekent. Zorgvuldige journalistiek vraagt daarom om de juiste combinatie van kennis. Een arts kan uitleg geven over zorg, een jurist over wetgeving, een onderzoeker over cijfers, en een transgender persoon over de gevolgen in het dagelijks leven.

Die vormen van kennis vullen elkaar aan. Zo ontstaat berichtgeving die feitelijk klopt en menselijk blijft.

9. Neem online reacties en verspreiding mee in de verantwoordelijkheid

Media-impact stopt niet wanneer een artikel online staat of een uitzending is afgelopen. Het samenspel tussen posts, commentsecties, doorplaatsingen en algoritmes bepalen mede hoe berichtgeving wordt ervaren. Deelnemers beschreven namelijk hoe trans-gerelateerde berichten via sociale media vaak samenkomt met haat, grappen, misinformatie en vijandige reacties. Denk daarom vooraf vast na over hoe je van plan bent de mogelijke gevolgen van gevoelige posts te modereren. Bewaak respect wanneer reacties binnenstromen en wees proactief in het sluiten van commentsecties wanneer haat niet beheersbaar is. Kies ook zorgvuldig je koppen en gebruik geen polariserende formuleringen om bereik te vergroten. Bescherm daarnaast de mensen die zichtbaar in beeld komen tegen voorspelbare online schade. Of je nou een zelfstandige mediaprofessional bent of een redactie hebt, je draagt een verantwoordelijkheid voor de manier waarop een item wordt verspreid en ontvangen.

10. Investeer in duurzame kennis en relaties

Goede berichtgeving ontstaat pas op een duurzame manier als redacties structureel investeren in contacten met belangenorganisaties, trainingen, kloppende kennis over transgender thema's en samenwerking met transgender makers. Eerder werk van Transgender Netwerk liet al zien dat ontmoeting tussen mediamakers en transgender mensen kan helpen om wederzijds begrip te vergroten. Dit onderzoek bevestigt dat zulke investeringen nodig blijven. Maak van zorgvuldige berichtgeving geen eenmalige inspanning. Bouw kennis op binnen redacties, evalueer eerdere items en leer van feedback uit de gemeenschap. Zo hoeven dezelfde fouten niet steeds opnieuw te worden gemaakt. Duurzame relaties maken de drempel lager om vragen te stellen en sterke verhalen te maken die recht doen aan de werkelijkheid.

6 Aanbevelingen voor vervolgonderzoek

Dit onderzoek biedt waardevolle inzichten in hoe transgender en non-binaire mensen mediaberichtgeving ervaren. Tegelijk blijven er belangrijke vragen open. Vervolgonderzoek kan helpen om beter te begrijpen waarom berichtgeving voor sommige mensen vooral steunend werkt en voor anderen vooral belastend is. Meer aandacht is nodig voor intersectionele ervaringen en voor de factoren die bepalen hoe transgender en non-binaire mensen mediaberichtgeving ervaren. Er is behoefte aan onderzoek dat beter zichtbaar maakt hoe ervaringen met media kunnen verschillen wanneer genderidentiteit samenkomt met andere aspecten van iemands positie en identiteit, zoals huidskleur, etniciteit, migratieachtergrond, religie, beperking, leeftijd, sociaaleconomische positie, opleidingsniveau, woonomgeving, seksuele oriëntatie, sociale steun, mediagebruik of andere vormen van maatschappelijke ongelijkheid en uitsluiting. Deze kennis kan helpen om beleid, belangenbehartiging en journalistieke praktijk beter te laten aansluiten bij de uiteenlopende ervaringen van transgender en non-binaire mensen in Nederland.

De resultaten van dit onderzoek roepen zelf nieuwe vervolgvragen op. In hoofdstuk 3 hebben we voor verschillende uitkomsten mogelijke verklaringen gegeven maar deze verklaringen konden binnen dit onderzoek nog niet worden getoetst. Zo bleek het verband tussen mediablootstelling en mentale gezondheid het duidelijkst bij trans vrouwen. Een mogelijke verklaring is dat mediaberichtgeving over transgender personen vaak over transgender vrouwen gaat, waardoor zij zich sterker persoonlijk aangesproken kunnen voelen (zie paragraaf 3.2.1). Met vervolgonderzoek zouden we verder kunnen uitzoeken in hoeverre transgender mensen zich herkennen in de mensen die in de media worden besproken. Bij de ervaren stress over transgender onderwerpen zagen we juist dat trans mannen hun stress het sterkst samenhing met negatieve berichtgeving, terwijl zij

gemiddeld minder stress rapporteerden dan trans vrouwen. Onze suggestie dat dit verschil mogelijk te verklaren is door een lager beginniveau van stress bij trans mannen, zou met vervolgonderzoek verder uitgezocht kunnen worden.

Ook andere uitkomsten uit ons onderzoek zouden verder uitgediept kunnen worden in vervolgonderzoek. We zagen bijvoorbeeld dat hoger opgeleide respondenten een betere mentale gezondheid rapporteren, maar wel meer stress ervaren over transgender onderwerpen. Vervolgonderzoek zou kunnen kijken welke factoren hierop van invloed zijn, zoals de intensitiviteit van het volgen van het nieuws of politieke betrokkenheid. In dit onderzoek zagen we minder duidelijk patronen bij non-binaire mensen. Het zou aan te raden zij om deze groep apart en met een groter aantal deelnemers nogmaals te bekijken.

Tot slot

Dit rapport laat zien dat mediaberichtgeving over transgender onderwerpen meer doet dan alleen informatie geven aan het brede publiek over transgender mensen en maatschappelijke ontwikkelingen rond genderdiversiteit. Media kunnen trans mensen namelijk helpen zichzelf te herkennen, woorden te vinden waar ze doorheen gaan en steun te ervaren. Maar ze kunnen ook gevoelens van angst, alertheid en buitensluiting teweegbrengen. De focusgroepen laten zien hoe dit doorwerkt in het dagelijks leven van transgender en non-binaire mensen. Deelnemers beschreven dat negatieve berichtgeving stress, angst of machteloosheid kan oproepen en ertoe kan leiden dat zij media vermijden of voorzichtiger worden in zichzelf uiten. De vragenlijst laat zien dat deze ervaringen breder herkenbaar zijn: negatieve mediablootstelling hing samen met lager mentaal welzijn, meer stress en vaker gedrag aanpassen. Samen maken deze bevindingen duidelijk dat zorgvuldige berichtgeving geen bijzaak is: de manier waarop media over transgender mensen berichten kan direct invloed hebben op hoe zij zich voelen en gedragen.

Daarmee geeft dit rapport extra onderbouwing aan wat Transgender Netwerk al langer meegeeft aan mediamakers: behandel transgender mensen niet als debat, werk zorgvuldig met feiten en bronnen, betrek transgender mensen zelf en maak ruimte voor de diversiteit en alledaagsheid van de levens van transgender mensen. Wanneer transgender en non-binaire mensen zelf kunnen meedenken, spreken en maken, ontstaat berichtgeving die dichter bij de werkelijkheid komt. Media kunnen dan bijdragen aan een samenleving waarin transgender mensen niet steeds hoeven uit te leggen dat zij mogen bestaan, maar gewoon als mensen worden gezien die net als ieder ander deel uitmaken van de samenleving.

Bronnenlijst

Berger, M. N., Taba, M., Marino, J. L., Lim, M. S., & Skinner, S. R. (2022). Social media use and health and well-being of lesbian, gay, bisexual, transgender, and queer youth: Systematic review. *Journal of medical Internet research*, *24*(9), e38449. doi: 10.2196/38449

Berkovich, L. (2016). *The relationship between gender identity and role models among transgender individuals*. The Chicago School of Professional Psychology.

Centraal Bureau voor de Statistiek. (2022). *Gezondheidsmonitor; bevolking 18 jaar of ouder, regio, 2022* [Dataset]. StatLine. https://www.cbs.nl/nl-nl/cijfers/detail/85563NED

Centraal Bureau voor de Statistiek. (2024a). *Hoeveel LHBTQIA personen telt Nederland?* https://www.cbs.nl/nl-nl/longread/statistische-trends/2024/hoeveel-lhbtqia-personen-telt-nederland-

Centraal Bureau voor de Statistiek. (2024b). *Slachtofferschap en veiligheidsbeleving LHBTQIA personen*. https://www.cbs.nl/nl-nl/longread/statistische-trends/2024/slachtofferschap-en-veiligheidsbeleving-lhbtqia-personen?onepage=true

Centraal Bureau voor de Statistiek. (2025). *Standaard Onderwijsindeling 2021*. https://www.cbs.nl/nl-nl/onze-diensten/methoden/classificaties/onderwijs-en-beroepen/standaard-onderwijsindeling--soi--/standaard-onderwijsindeling-2021#:~:text=Standaard%20Onderwijsindeling%202021

Craig, S. L., Eaton, A. D., McInroy, L. B., Leung, V. W. Y., & Krishnan, S. (2021). Can Social Media Participation Enhance LGBTQ+ Youth Well-Being? Development of the Social Media Benefits Scale. *Social Media + Society*, *7*(1). https://doi.org/10.1177/2056305121988931

Creswell, J. W., & Clark, V. L. P. (2017). *Designing and conducting mixed methods research*. Sage publications.

Cyr, J. (2017). The Unique Utility of Focus Groups for Mixed-Methods Research. *PS: Political Science & Politics*, *50*(4), 1038–1042. https://doi.org/10.1017/S104909651700124X

Dhanani, L. Y., & Totton, R. R. (2023). Have You Heard the News? The Effects of Exposure to News About Recent Transgender Legislation on Transgender Youth and Young Adults. *Sexuality Research And Social Policy*, *20*(4), 1345-1359. https://doi.org/10.1007/s13178-023-00810-6

Evje, J., Fluit, S., & von Soest, T. (2026). *Transgender people experience more discrimination and violence than cisgender lesbian, gay, or bisexual people: A multilevel analysis across 30 European countries*. International Journal of Transgender Health, 27(2), 736–750. https://doi.org/10.1080/26895269.2024.2440856

Gillig, T. K., Rosenthal, E. L., Murphy, S. T., & Folb, K. L. (2018). More than a media moment: The influence of televised storylines on viewers' attitudes toward transgender people and policies. *Sex Roles, 78*(7), 515-527. https://doi.org/10.1007/s11199-017-0816-1

Horvath, K. J., Iantaffi, A., Swinburne-Romine, R., & Bockting, W. (2014). A comparison of mental health, substance use, and sexual risk behaviors between rural and non-rural transgender persons. *Journal of homosexuality*, *61*(8), 1117-1130. https://doi.org/10.1080/00918369.2014.872502

Hughto, J. M. W., Pletta, D., Gordon, L., Cahill, S., Mimiaga, M. J., & Reisner, S. L. (2021). Negative Transgender-Related Media Messages Are Associated with Adverse Mental Health Outcomes in a Multistate Study of Transgender Adults. *LGBT Health*, *8*(1), 32–41. https://doi.org/10.1089/lgbt.2020.0279

Kennis, M., Duecker, F., T'Sjoen, G., Sack, A. T., & Dewitte, M. (2022). Gender affirming medical treatment desire and treatment motives in binary and non-binary transgender individuals. *The journal of sexual medicine*, *19*(7), 1173-1184. https://doi.org/10.1016/j.jsxm.2022.03.603

McInroy, L. B., & Craig, S. L. (2015). Transgender representation in offline and online media: LGBTQ youth perspectives. *Journal of Human Behavior*

in the Social Environment, *25*(6), 606-617. https://doi.org/10.1080/10911359.2014.995392

McInroy, L. B., & Craig, S. L. (2017). Perspectives of LGBTQ emerging adults on the depiction and impact of LGBTQ media representation. *Journal of Youth Studies*, *20*(1), 32–46. https://doi.org/10.1080/13676261.2016.1184243

Merino, M., Tornero-Aguilera, J. F., Rubio-Zarapuz, A., Villanueva-Tobaldo, C. V., Martín-Rodríguez, A., & Clemente-Suárez, V. J. (2024). Body perceptions and psychological well-being: a review of the impact of social media and physical measurements on self-esteem and mental health with a focus on body image satisfaction and its relationship with cultural and gender factors. *Healthcare 2024*, *12*(14), 1396. https://doi.org/10.3390/healthcare12141396

Merton, R. K. (1972). Insiders and Outsiders: A Chapter in the Sociology of Knowledge. *American Journal of Sociology*, *78*(1), 9–47. http://www.jstor.org/stable/2776569

Morgan, H., Lamprinakou, C., Fuller, E., & Albakri, M. (2020). *Attitudes to transgender people*. Equality and Human Rights Commission. https://www.equalityhumanrights.com/sites/default/files/2022/our-work-attitudes-to-transgender-people-august-2020.pdf

Nationaal Media Onderzoek. (2024a). *NMO Audiomonitor 2024*. https://audify.nl/audio-feiten-cijfers/wie-luistert-waarnaar-en-wanneer/nmo-audiomonitor-2024-audio-bereikt-dagelijks-bijna-11-miljoen-nederlanders/

Nationaal Media Onderzoek. (2024b). *NMO Print & Merken Monitor 2023-II*. https://www.nationaalmediaonderzoek.nl/nieuws/nmo-lezen/138-nieuwe-publicatie-npmm-2023-ii

Nationaal Media Onderzoek. (2025). *NMO Mediatrends 2024*. https://www.nationaal mediaonderzoek.nl/nieuws/nmo-mediatrends/182-nmo-publiceert-mediatrends-2024

Panteia, Movisie, & Ipsos I&O. (2024). *Lhbtiqa+-monitor 2024*. https://open.overheid.nl/documenten/dpc-420d688dbe5a52da155b44a6c58d4b3628439c36/pdf

Panteia, Movisie & Ipsos, I&O (2025) *Lhbtiqa+ monitor 2026.* https://www.movisie.nl/publicatie/lhbtiqa-monitor-2026

Pham, A., Morgan, A. R., Kerman, H., Albertson, K., Crouch, J. M., Inwards-Breland, D. J., Ahrens, K. R., & Salehi, P. (2020). How Are Transgender and Gender Nonconforming Youth Affected by the News? A Qualitative Study. *Journal of Adolescent Health*, *66*(4), 478–483. https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2019.11.304

Ralston, A. L., Holt, N. R., Andrews III, A. R., Huit, T. Z., Puckett, J. A., Woodruff, N., ... & Hope, D. A. (2024). Mental health and marginalization stress in transgender and gender diverse adults: Differences between urban and non-urban experiences. *Psychology of sexual orientation and gender diversity*, *11*(1), 165. https://doi.org/10.1037/sgd0000595

Santoniccolo, F., Trombetta, T., Paradiso, M. N., & Rollè, L. (2023). Gender and media representations: A review of the literature on gender stereotypes, objectification and sexualization. *International journal of environmental research and public health*, *20*(10), 5770. https://doi.org/10.3390/ijerph20105770

Scharrer, E., Ramasubramanian, S., & Banjo, O. (2022). Media, diversity, and representation in the US: A review of the quantitative research literature on media content and effects. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, *66*(4), 723-749. https://doi.org/10.1080/08838151.2022.2138890

Selkie, E., Adkins, V., Masters, E., Bajpai, A., & Shumer, D. (2020). Transgender adolescents' uses of social media for social support. *Journal of Adolescent Health*, *66*(3), 275-280. https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2019.08.011

Ten Have, M., Van Bon-Martens, M. J. H., Schouten, F., Van Dorsselaer, S., Shields-Zeeman, L., & Luik, A. I. (2024). Validity of the five-item mental health inventory for screening current mood and anxiety disorders in

the general population. *International journal of methods in psychiatric research*, *33*(3), e2030. https://doi.org/10.1002/mpr.2030

Transgender Netwerk. (2024). *Mediamonitor 2023: In twijfel getrokken.* https://www.transgendernetwerk.nl/wp-content/uploads/2024/10/Mediamonitor-2023.pdf

Transgender Netwerk. (2025a). *Mediamonitor 2024: Mag ik voor mezelf spreken?* https://www.transgendernetwerk.nl/wp-content/uploads/2025/05/Mediamonitor-2024.pdf

Transgender Netwerk. (2025b). *Factsheet: Acceptatie en veiligheid van transgender mensen*. Transgender Netwerk. https://www.transgendernetwerk.nl/wp-content/uploads/2025/06/Factsheet-acceptatie-en-veiligheid-v2.pdf

Transgender Netwerk. (2025c). *Transgender onderwerpen: Tips voor mediamakers*. https://www.transgendernetwerk.nl/wp-content/uploads/2025/04/Tips-voor-Mediamakers-2025-met-alttekst-online.pdf

Trimbos instituut. (2025). *Herijking afkapwaarden MHI-5*. https://www.trimbos.nl/wp-content/uploads/2025/10/TRI32-001-Factsheet-Herijking-afkapwaarden-MHI5-def.pdf

Tyni, K., Wurm, M., Nordström, T., & Bratt, A. S. (2024). A systematic review and qualitative research synthesis of the lived experiences and coping of transgender and gender diverse youth 18 years or younger. *International Journal of Transgender Health*, *25*(3), 352-388. https://doi.org/10.1080/26895269.2023.2295379

Van den Berg, M., & Marinus, M. (2017). Trans scripts: The representation of transgender people in the media in the Netherlands (1991-2016). *Tijdschrift voor Genderstudies*, *20*(4), 379-397. https://doi.org/10.5117/TVGN2017.4.BERG

Van Dijk, R., Hofman, E., Ruiter, S., Verbeek, J. (2023, 6 september). De toenemende online lhbti+-haat. *De Groene Amsterdammer*. https://www.groene.nl/artikel/tijd-voor-geweld-tegen-deze-lui

Van Haelter, H., Dhaenens, F., & Van Bauwel, S. (2022). Trans persons on trans representations in popular media culture: A reception study. *DiGeSt: Journal of Diversity and Gender Studies, 9*(1), 76–89. https://doi.org/10.21825/digest.81844

Vanman, E. J. (2016). The role of empathy in intergroup relations. *Current Opinion in Psychology*, *11*, 59-63. https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2016.06.007

Verbeek, M. J. A., Hommes, M. A., Stutterheim, S. E., van Lankveld, J. J. D. M., & Bos, A. E. R. (2020). *Experiences with stigmatization among transgender individuals after transition: A qualitative study in the Netherlands*. International Journal of Transgender Health, 21(2), 220–233. https://doi.org/10.1080/26895269.2020.1750529

Wiepjes, C. M., den Heijer, M., Bremmer, M. A., Nota, N. M., de Blok, C. J. M., Coumou, B. J. G., & Steensma, T. D. (2020). Trends in suicide death risk in transgender people: results from the Amsterdam Cohort of Gender Dysphoria study (1972–2017). *Acta Psychiatrica Scandinavica, 141*(6), 486–491. https://doi.org/10.1111/acps.13164

Wilder, J. (1957). The law of initial value in neurology and psychiatry: Facts and problems. *The Journal of Nervous and Mental Disease, 125*(1), 73–86. https://doi.org/10.1097/00005053-195701000-00009

Żerebecki, B. G., Opree, S. J., Hofhuis, J., & Janssen, S. (2021). Can TV shows promote acceptance of sexual and ethnic minorities? A literature review of television effects on diversity attitudes. *Sociology compass*, *15*(8), e12906. https://doi.org/10.1111/soc4.12906

Appendix

Bijlage A

Positionaliteit statements

Deze bijlage bevat reflecties op de positionaliteit van de betrokken onderzoekers bij dit rapport. Drie onderzoekers hebben verschillende onderdelen van dit onderzoek uitgevoerd.

Onderzoeker 1: Afname Focusgroepen & Vragenlijst

Als onderzoeker bij een focusgroep ben je direct bezig met de personen die erin deelnemen, in tegenstelling tot een survey. Door de positionaliteit van de onderzoeker kunnen de gesprekken die voortkomen uit de focusgroepen door de onderzoeker beïnvloed worden alsook de interpretatie van de onderzoeker. Positionaliteit geeft de invloed aan die een onderzoeker heeft door wie die is en hoe die wordt gezien. Wegens dat de onderzoeker, die de focusgroepen heeft afgelegd, zelf ook transgender is, kan dit zowel positieve als negatieve gevolgen hebben op de invloed en interpretatie van de gesprekken binnen de focusgroepen. Positieve gevolgen kunnen zijn dat de deelnemers in de focusgroepen zich meer op hun gemak voelen doordat de interviewer, zoals Merton (1972) het noemt, een insider is. Als insider heeft de interviewer ook meer kennis en is die bekend met meer begrippen, waardoor de gesprekken binnen de focusgroepen makkelijker kunnen vloeien. Het nadeel daarvan is dat deelnemers ervan uit kunnen gaan dat de interviewer de kennis al heeft en als gevolg informatie voor zich kunnen houden. Daarbij kan de interviewer hun ervaringen mogelijk projecteren op de groep. Wegens dat deze onderzoeker niet de analyses van de focusgroepen doet, heeft dit alleen invloed gehad tijdens de focusgroepen en niet in de analyse fase.

Onderzoeker 2: Kwalitatieve codering, analyse & rapportage

De kwalitatieve data in dit onderzoek zijn voornamelijk geïnterpreteerd en uitgewerkt door een jongvolwassen, witte, cisgender, heteroseksuele vrouw. Ik behoor zelf niet tot de doelgroep van dit onderzoek en heb in mijn

dagelijks leven ook geen directe verbinding met de genderdiverse gemeenschap. Daardoor kan ik me niet volledig inleven in de ervaringen waarover deelnemers in dit rapport spreken want ik weet vanuit mijn eigen leefwereld niet hoe het is om als transgender of non-binair persoon te leven in een wereld waarin media je bestaan vaak als apart onderwerp van berichtgeving behandelen. Daarom is er bewust voor gekozen om de kwalitatieve analysestrategie eerst af te stemmen met een van de andere onderzoekers door beiden een deel van het materiaal te coderen en interpretaties met elkaar te vergelijken. Dat maakte het extra duidelijk hoe belangrijk het was om tijdens het analyseren en schrijven van dit rapport zo dicht mogelijk bij de woorden van deelnemers zelf te blijven en steeds terug te grijpen op hoe ervaringen precies in de transcripties stonden. Daarmee probeerde ik zo goed mogelijk te controleren of al mijn interpretaties daadwerkelijk aansloten bij wat deelnemers zeiden en niet te snel werden ingevuld vanuit mijn eigen referentiekader. Daarnaast heb ik geprobeerd om de deelnemers niet te reduceren tot enkel een kwetsbare groep door hen serieus te nemen in alles wat zij vertelden en in wat zij zelf precies benadrukten in hun verhalen. Alsnog vind ik het belangrijk om transparant te zijn over de grenzen van mijn positie, want hoe betrokken en zorgvuldig ik ook probeer te werk te gaan, mijn blik blijft die van een buitenstaander. Die positionaliteit zou daarom bewust meegenomen moeten worden bij het lezen van dit rapport.

Onderzoeker 3: Coderen kwalitatieve data, kwantitatieve analyse & rapportage

De kwantitatieve analyse en een deel van de kwalitatieve codering zijn uitgevoerd door een witte, cisgender, queer, jongvolwassen man. Ik heb een kleiner deel van het kwalitatieve materiaal gecodeerd dan onderzoeker 2; mijn rol lag vooral op de kwantitatieve kant, terwijl de kwalitatieve analyse grotendeels door onderzoeker 2 is uitgewerkt. Toch heb ik een deel van de transcripties zelf gecodeerd en meegedacht over de analyse.
Bij dat coderen heb ik geprobeerd zo dicht mogelijk bij de woorden van de deelnemers zelf te blijven en mijn interpretaties steeds terug te leggen naast wat er precies in de transcripties stond, om te voorkomen dat ik

betekenis te snel zou invullen vanuit mijn eigen referentiekader. Ook heb ik geprobeerd de deelnemers niet te reduceren tot enkel een kwetsbare groep, maar serieus te nemen wat zij zelf benadrukten in hun verhalen.
Ik wil daarbij transparant zijn over mijn eigen positie. Ik ben zelf queer en beweeg me in queer kringen, waardoor sommige thema's die in dit onderzoek naar voren komen, zoals zichtbaarheid en het je verhouden tot hoe media over je groep schrijven, mij niet vreemd zijn. Tegelijk ben ik cisgender en behoor ik niet tot de doelgroep van dit onderzoek. Queer zijn is niet hetzelfde als transgender of non-binair zijn, en mijn eigen ervaringen geven me geen directe toegang tot wat de deelnemers beschrijven. Juist die gedeeltelijke herkenning brengt een risico met zich mee: dat ik te snel denk een ervaring al te begrijpen, of mijn eigen blik projecteer op die van een ander. Ik heb daarom geprobeerd dat onderscheid steeds in het oog te houden en mijn herkenning niet te verwarren met de specifieke ervaringen van de deelnemers. Om dat te ondersteunen heb ik deze thema's bewust besproken met transgender personen, zodat mijn interpretaties getoetst werden aan hun ervaringen en ik beter zicht kreeg op de punten waar mijn eigen referentiekader tekortschoot.

Het analyseren van de kwantitatieve data is in mindere mate onderhevig aan de interpretatie van de onderzoeker, omdat de antwoorden numeriek worden gecodeerd en daardoor minder interpretatie vereisen. Dat betekent echter niet dat positionaliteit hier geen rol speelt. De keuze van onderzoeksvragen en de focus van de analyse kunnen gepaard gaan met vooroordelen of accenten die niet de kern van het onderzoeksdoel behartigen (Cyr, 2017). Om te voorkomen dat dit de analyse negatief zou beïnvloeden, zijn de getrokken conclusies geëvalueerd door meerdere transgender personen die werkzaam zijn bij Transgender Netwerk.

Bijlage B

Topiclijst Focusgroepen

Onderzoeksvraag: wat is de impact van mediaberichtgeving over transgender thema's op transgender en non-binaire mensen in Nederland?

Topiclijst:

- Mate en vorm van media gebruik
- Ervaringen media transgender thema's
- Mediaberichtgeving
    - Positieve mediaberichtgeving
    - Negatieve mediaberichtgeving
- Representatie (perceptie)
    - Positieve representatie
    - Negatieven representatie
- Mentale staat / gevoelens
    - Welbevinden, depressieve gevoelens, angstig of angst (rondom veiligheid)
    - Effect op zelfbeeld
- Gedrag
- Effect op omgeving
- Veranderingen in media

Vorm en soort media:

- In welke mate en vorm volgen jullie media?
    - Outlets: kranten, tijdschriften, boeken, (online) nieuws, televisie, streaming, radio, sociale media. (Voorkeur hiervoor)
    - https://www.geeksforgeeks.org/types-of-media/
- Via wikipedia:
    - Vanouds verschenen de gevestigde media in gedrukte vorm. Deze media zijn onder te verdelen in **kranten**, **tijdschriften** en **boeken**. Later kwamen daar de gesproken en beeldende massamedia **film**, **radio** en **televisie** bij. Met de komst van digitale media is de informatievoorziening voor een deel verplaatst naar online en steeds meer via internet beschikbaar gekomen.
    - Met media (meervoud van medium) worden technologieën bedoeld die gebruikt worden om communicatieve berichten te versturen. Deze kunnen we onderverdelen in **massamedia** (krant, tv, radio), **populaire media** (tv, film, boeken), **visuele**

media (film, fotografie) en **digitale media** (computergames, internet, virtuele werkelijkheid maar ook onder andere media als pocket-pc en smartphone).

- Hoeveel krijgen jullie daarin mee over onderwerpen rondom transgender en non-binaire kwesties?
- Hoe zouden jullie de algemene mediaberichtgeving over transgender en non-binaire thema's in Nederland omschrijven?

Ervaringen, zelfbeeld en impact:

- Hoe ervaren jullie de mediaberichtgeving over transgender en non-binaire thema's?
- Hoe voelen jullie je wanneer transgender of non-binaire kwesties in de media worden behandeld?
    - Wat doet dit met jullie?
- Heeft dit effect op bepaalde aspecten in jullie leven?
- Denken jullie dat de manier waarop transgender en non-binaire mensen in de media worden afgebeeld invloed hebben op jullie zelfbeeld?
    - Op welke manier?
- En naast gevoelens, hoe uit zich dit in jullie gedrag?
    - Kunnen jullie daar een voorbeeld van geven?
- Hebben jullie ooit negatieve of positieve reacties ontvangen van anderen naar aanleiding van media-aandacht voor transgender en non-binaire onderwerpen? Zo ja, hoe ervaarde jullie dit?

Perceptie van representatie:

- Vinden jullie dat de media transgender en non-binaire mensen goed representeren?
    - Waarom wel of niet?
- Welke vormen van media (bijv. nieuws, films, sociale media) vinden jullie het invloedrijkst als het gaat om de representatie van transgender en non-binaire mensen?

Positieve en negatieve representatie:

- Hoe belangrijk vinden jullie dat er positieve representatie van transgender en non-binaire mensen is in de media? Waarom?
- Als er negatieve berichtgeving is, voel je je dan meer gestigmatiseerd? Hoe ga je daarmee om?

Media veranderingen:

- Merken jullie dat de berichtgeving over transgender en non-binaire mensen in de media over de jaren zijn veranderd?

Effect op omgeving (eventueel)

- Zorgt dat de berichtgeving over transgender en non-binaire mensen in de media ervoor dat mensen in jullie omgeving er anders naar kijken?
- Merken jullie dat de berichtgeving over transgender en non-binaire mensen in de media ervoor zorgt dat de manier waarop anderen jullie behandelen verandert?
    - Zo ja, kunnen jullie daarvan voorbeelden geven?

Eventueel:

- Wat zouden jullie veranderen in de manier waarop de media transgender en non-binaire mensen vertegenwoordigen?

Bijlage C

Verkennende Bivariate Correlaties

Tabel C1. Verkennende bivariate correlaties

	Mentale gezondheidr	Stress over transgender onderwerpenrs	Angst voor de toekomst als transgender persoonrs	Aanpassen van gedragrs
Positieve mediablootstelling	0,208***	−0,123*	−0,092†	−0,065
Negatieve mediablootstelling	−0,137*	0,264***	0,286***	0,131*

Noot. N = 319–328. †p<0,10; *p<0,05; **p<0,01; ***p<0,001.

Om te toetsen of onze meetkeuze de resultaten niet stuurt, hebben we de indexscore vergeleken met drie andere manieren om dezelfde tien vragen samen te vatten. Onze maat geeft elke antwoordcategorie een gelijke stap ('nooit' = 0 tot 'meermaals per dag' = 5) en middelt die over de tien mediavormen. De alternatieven waren: een telling die elke categorie omrekent naar een geschat aantal keer per jaar ('nooit' = 0, 'meermaals per dag' ≈ 730); een logaritmisch afgevlakte versie daarvan; en een variant die de tien vragen niet gelijk laat meewegen, maar naar hun onderlinge samenhang. Voor elke maat berekenden we de samenhang met mentale gezondheid, stress, angst voor de toekomst en gedragsaanpassing (Tabel C2, C3).

De indexscore, de logaritmische variant en de gewogen variant geven nagenoeg dezelfde uitkomsten; de verschillen blijven onder 0,03. De conclusies hangen dus niet af van de rekenmethode. Alleen de ruwe

jaartelling wijkt af, en in twee richtingen tegelijk: bij positieve berichtgeving wordt de samenhang zwakker, bij negatieve sterker.
Dat juist deze codering afwijkt, is geen reden om haar te volgen. Door de hoogste antwoordcategorie ver uit te rekken (≈ 730) krijgen enkele respondenten met extreme waarden een onevenredig groot gewicht: de samenhang leunt dan op een handvol invloedrijke datapunten (hoge leverage) in plaats van op de hele steekproef, wat de schatting onstabiel maakt. Bovendien is er over de uitkomstmaten heen geen consistent beeld dat deze codering de verbanden beter vat. Ze wijkt maar op enkele punten af, en in tegengestelde richtingen: bij positieve blootstelling is ze nergens sterker, en bij mentale gezondheid en stress duidelijk zwakker, terwijl ze bij negatieve blootstelling op een paar uitkomsten juist iets sterker uitvalt. Zo'n grillig patroon past bij schattingen die door enkele extreme waarden worden gestuurd, niet bij een werkelijk betere maat. Er is dus geen duidelijke reden om de ruwe frequentie te verkiezen, terwijl de drie coderingen die de categorieën niet zo oprekken consistent dezelfde kant op wijzen.

We hielden daarom de indexscore aan. De vragen meten niet hoeveel berichten iemand precies ziet, maar hoe sterk een mediavorm in het dagelijks leven verankerd zit. Voor zo'n oplopende schaal zijn gelijke stappen verdedigbaar. De tien mediavormen gelijk laten meewegen is eenvoudig en navolgbaar, en even informatief als de gewogen variant. We kozen de maat niet omdat ze de sterkste samenhang oplevert, dat zou de resultaten mooier maken dan ze zijn, maar omdat ze inhoudelijk past en de conclusies overeind blijven, ongeacht de gekozen rekenmethode.

Tabel C2. Bivariate correlaties tussen positieve mediablootstelling en de uitkomstmaten, per coderingsmethode

Codering	Mentale gezondheid *r*	Stress over transgender-onderwerpen *rs*	Angst voor de toekomst als transgender persoon *rs*	Aanpassen van gedrag *rs*
Indexscore (0–5, gehanteerd)	0,208***	−0,123*	−0,092†	−0,065
Ruwe frequentie	0,085	−0,072	−0,087	−0,060
Log-frequentie	0,198***	−0,118*	−0,097†	−0,062
Factorscores (PCA)	0,208***	−0,145**	−0,108†	−0,075

Noot. N = 319–328. Elke rij vat dezelfde tien items op een andere manier samen: de gehanteerde indexscore (gelijke stappen), een ruwe frequentiecodering (antwoordcategorieën omgerekend naar geschatte keren per jaar, 'nooit' = 0 tot 'meermaals per dag' ≈ 730), de logaritmische variant daarvan en ongewogen PCA-factorscores. †p<0,10; *p<0,05; **p<0,01; ***p<0,001.

Tabel C3. Bivariate correlaties tussen negatieve mediablootstelling en de uitkomstmaten, per coderingsmethode

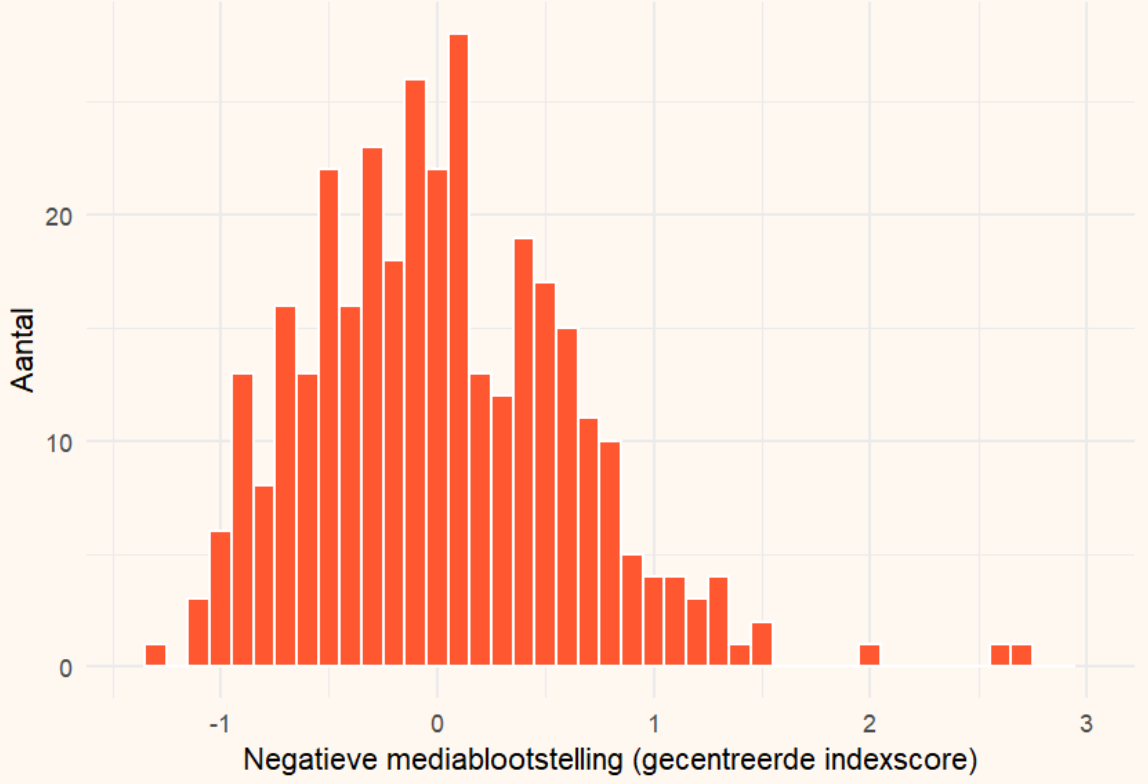
Codering	Mentale gezondheid *r*	Stress over transgender-onderwerpen *rs*	Angst voor de toekomst als transgender persoon *rs*	Aanpassen van gedrag *rs*
Indexscore (0–5, gehanteerd)	−0,137*	0,264***	0,286***	0,131*
Ruwe frequentie	−0,197***	0,295***	0,321***	0,102†
Log-frequentie	−0,131*	0,258***	0,284***	0,126*
Factorscores (PCA)	−0,115*	0,252***	0,265***	0,125*

Noot. N = 319–328. Verkennende analyses zonder rekening te houden met achtergrondkenmerken; n.v.t.-antwoorden zijn als nulscore meegenomen. Elke rij vat dezelfde tien items op een andere manier samen: de gehanteerde indexscore (gelijke stappen), een ruwe frequentiecodering (antwoordcategorieën omgerekend naar geschatte keren per jaar, 'nooit' = 0 tot 'meermaals per dag' ≈ 730), de logaritmische variant daarvan en ongewogen PCA-factorscores.. †p<0,10; *p<0,05; **p<0,01; ***p<0,001.

Bijlage D

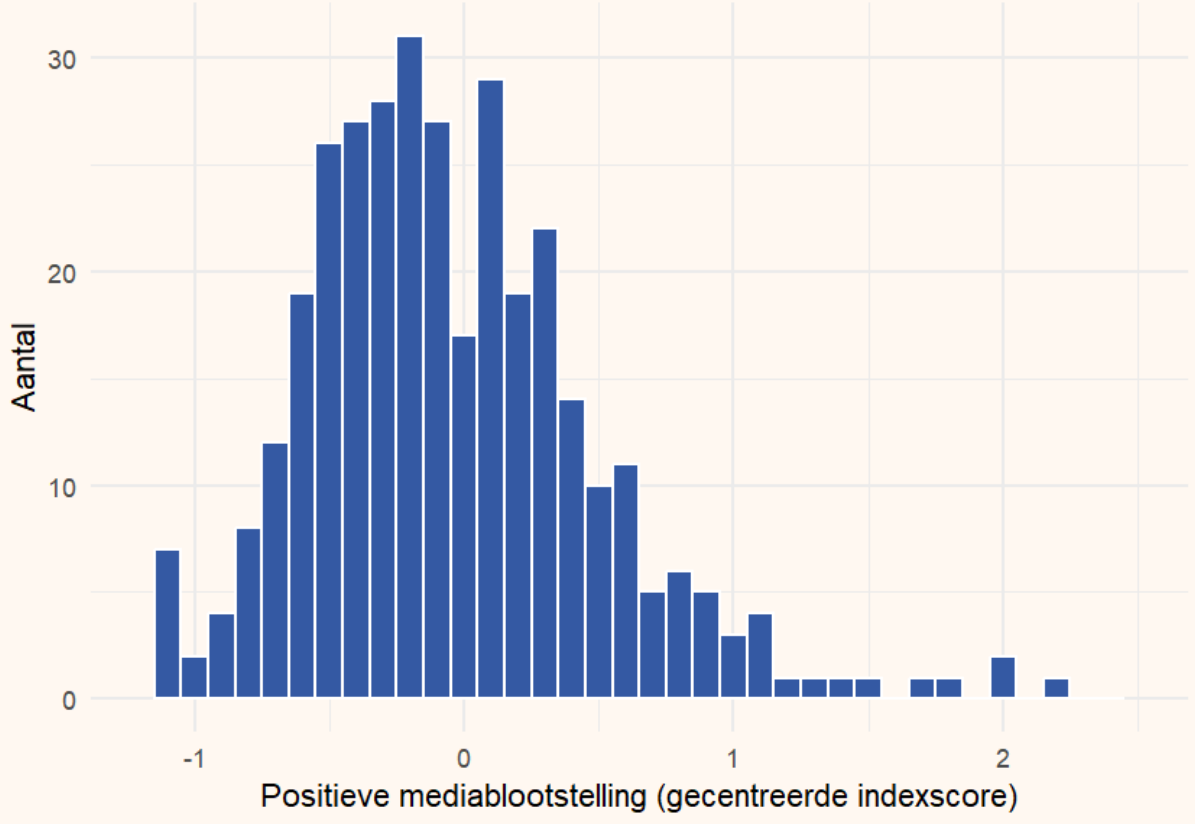
Verdelingen van mediablootstelling

Figuur D1. Verdeling van Negatieve Mediablootstelling



Noot. Hogere score duidt op meer negatieve mediablootstelling. Nulwaarde duidt op een gemiddelde hoeveelheid aan negatieve mediablootstelling.

Figuur D2. Verdeling van Positieve Mediablootstelling



Noot. Hogere score duidt op meer positieve mediablootstelling. Nulwaarde duidt op een gemiddelde hoeveelheid aan positieve mediablootstelling.

Bijlage E

Met behulp van partiële correlaties (gecontroleerd op leeftijd, opleiding, stedelijkheid en genderidentiteit) is berekend in hoeverre positieve en negatieve mediablootstelling onder steekproefdeelnemers in verband staan met mentaal welzijn en gedragsaanpassing (Tabel E1. en E2.). De scores kunnen variëren van -1 tot 1, waarbij een grotere absolute waarde samenhangt met een sterker verband. Significante verbanden ($p<0,05$) zijn gearceerd.

Tabel E1. correlaties tussen positieve mediablootstelling en welzijn en gedrag aanpassen.

Positieve mediaberichten:	Mentale gezondheid	Stress over transgender onderwerpen	Angst toekomst	Gedrag aanpassen
Boeken	0,15	-0,02	0,02	-0,13
Documentaires	0,14	-0,03	-0,04	-0,06
Gedrukte krant	0,1	-0,22	-0,08	-0,13
Journaal	0,13	-0,15	-0,22	-0,04
Online nieuws	0,21	-0,07	-0,22	-0,02
Series	0,09	0,06	-0,04	0,01
Sociale media	0,21	-0,04	-0,15	-0,12
Talkshows	0,09	-0,14	-0,20	0,02
Tijdschriften	0,21	-0,21	-0,15	-0,08
Radio	0,18	-0,11	-0,27	-0,10

Noot. N = 319–328.

Tabel E2. correlaties tussen negatieve mediablootstelling en welzijn

Negatieve mediaberichten:	Mentale gezondheid	Stress over transgender onderwerpen	Angst toekomst	Gedrag aanpassen
Boeken	-0,08	0,03	0,04	0,05
Documentaires	-0,08	0,17	0,18	0,02
Gedrukte krant	0	0,07	0,19	0,11
Journaal	-0,06	0,22	0,31	0,13
Online nieuws	-0,13	0,28	0,29	0,13
Series	-0,19	0,16	0,13	0,13
Sociale media	-0,19	0,27	0,32	0,09
Talkshows	-0,14	0,12	0,20	0,07
Tijdschriften	-0,16	0,12	0,25	0,1
Radio	-0,23	0,16	0,36	0,18

Noot. N = 319–328.

Bijlage F

Tabel F1. Lineaire regressieanalyse van mentale gezondheid (gecentreerde predictoren)

	Model 1		Model 2		Model 3	
	b	B	b	B	b	B
Intercept	52,156		53,531		54,036	
Gender (REF = Vrouw)						
Man	5,532*	0,137	4,627 †	0,115	4,320 †	0,107
Non-binair	4,260†	0,111	1,233	0,032	1,793	0,047
Opleiding	0,742*	0,113	0,826*	0,126	0,855*	0,131
Leeftijd	0,372***	0,265	0,335***	0,238	0,360***	0,256
Stedelijkheid	2,586**	0,174	2,442**	0,164	2,433**	0,164
Positieve blootstelling			8,382***	0,239	13,749***	0,392
*Man					−4,559	−0,068
*NB					−12,643**	−0,214
Negatieve blootstelling			−6,357***	−0,216	−10,023***	−0,341
*Man					5,989	0,112
*NB					6,464†	0,127

	Model 4		Model 5		Model 6	
	b	B	b	B	b	B
Intercept	53,538		53,388		53,647	
Gender (REF = Vrouw)						
Man	4,579†	0,114	5,039*	0,125	4,426†	0,110
Non-binair	1,495	0,039	1,451	0,038	1,129	0,030
Opleiding	0,815*	0,125	0,854*	0,131	0,830*	0,127

Leeftijd	0,355***	0,253	0,359***	0,256	0,335***	0,238
Stedelijkheid	2,383**	0,160	2,365**	0,159	2,312**	0,156
Positief	9,169***	0,261	9,470***	0,270	9,013***	0,257
*Opleiding	−1,419*	−0,111				
*Leeftijd			−0,176	−0,090		
*Stedelijk					2,456†	0,093
Negatief	−6,577***	−0,224	−6,591***	−0,224	−6,072***	−0,207
*Opleiding	0,247	0,024				
*Leeftijd			0,074	0,036		
*Stedelijk					0,837	0,038

Noot. N = 328. †p<0,10; *p<0,05; **p<0,01; ***p<0,001

Tabel F2. Regressiecoëfficiënten voor de samenhang tussen mediablootstelling en mentaal welzijn per gendergroep

Genderidentiteit	b	SE	df	t	p
Positieve mediablootstelling					
Vrouw	13,75	2,93	316	4,69	< 0,001
Man	9,19	3,46	316	2,66	0,008
Non-binair	1,11	3,21	316	0,34	0,731
Negatieve mediablootstelling					
Vrouw	−10,02	2,53	316	−3,95	< 0,001
Man	−4,03	2,73	316	−1,48	0,140
Non-binair	−3,56	2,74	316	−1,30	0,196

Noot. N = 328 (gebaseerd op Model 3).

Tabel F3. Ordinale logistische regressie van angst voor de toekomst als transgenderpersoon (gecentreerde predictoren)

	Model 1		Model 2		Model 3	
	b	B	b	B	b	B
Gender (REF = Vrouw)						

Man	−0,239	−0,24	−0,118	−0,12	−0,171	−0,17
Non-binair	−0,112	−0,11	0,315	0,32	0,227	0,23
Opleiding	−0,002	0,00	−0,020	−0,06	−0,028	−0,08
Leeftijd	−0,041***	−0,54	−0,044***	−0,58	−0,046***	−0,61
Stedelijkheid	−0,052	−0,07	−0,044	−0,05	−0,046	−0,06
Positieve blootstelling			−0,798***	−0,42	−0,836*	−0,44
*Man					−0,823	−0,44
*NB					0,518	0,28
Negatieve blootstelling			1,430***	0,91	1,556***	0,99
*Man					0,027	0,02
*NB					−0,301	−0,19

	Model 4		Model 5		Model 6	
	b	B	b	B	b	B
Gender (REF = Vrouw)						
Man	−0,113	−0,11	−0,229	−0,23	−0,116	−0,12
Non-binair	0,292	0,29	0,286	0,29	0,316	0,32
Opleiding	−0,024	−0,07	−0,032	−0,09	−0,020	−0,06
Leeftijd	−0,045***	−0,60	−0,052***	−0,68	−0,044***	−0,58
Stedelijkheid	−0,038	−0,05	−0,013	−0,02	−0,044	−0,06
Positieve blootstelling	−0,868***	−0,46	−1,126***	−0,60	−0,789***	−0,42
*Opleiding	0,104	0,16				
*Leeftijd			0,045**	0,32		
*Stedelijk					0,024	0,02
Negatieve blootstelling	1,445***	0,92	1,620***	1,03	1,430***	0,91
*Opleiding	0,004	0,00				

*Leeftijd	−0,040**	−0,34		
*Stedelijk			0,021	0,02

Noot. N = 319. †p<0,10; *p<0,05; **p<0,01; ***p<0,001

Tabel F4. Regressiecoëfficiënten voor de samenhang tussen mediablootstelling en angst per gendergroep

Genderidentiteit	b	SE	df	z	p
Positieve mediablootstelling					
Vrouw	−0,836	0,370	∞	−2,26	0,024
Man	−1,659	0,522	∞	−3,18	0,002
Non-binair	−0,318	0,366	∞	−0,87	0,385
Negatieve mediablootstelling					
Vrouw	1,56	0,368	∞	4,22	< 0,001
Man	1,58	0,430	∞	3,68	< 0,001
Non-binair	1,25	0,353	∞	3,55	< 0,001

Noot. N = 319 (gebaseerd op Model 3).

Tabel F5. Ordinale logistische regressie van stress over transgenderonderwerpen (gecentreerde predictoren)

	Model 1		Model 2		Model 3	
	b	B	b	B	b	B
Gender (REF = Vrouw)						
Man	−0,949***	−0,95	−0,855**	−0,86	−0,954**	−0,96
Non-binair	−0,480†	−0,48	−0,153	−0,15	−0,210	−0,21
Opleiding	0,095*	0,27	0,092*	0,26	0,096*	0,27
Leeftijd	−0,038***	−0,51	−0,037***	−0,50	−0,036***	−0,48
Stedelijkheid	−0,036	−0,05	−0,028	−0,04	−0,025	−0,03
Positief			−0,884***	−0,47	−0,379	−0,20
*Man					−1,316*	−0,70
*Non-binair					−0,626	−0,33

Negatief	1,094***	0,70	0,440	0,28
*Man			1,514**	0,97
*Non-binair			0,834†	0,53

	Model 4		Model 5		Model 6	
	b	B	b	B	b	B
Gender (REF = Vrouw)						
Man	−0,972***	−0,97	−0,847**	−0,85	−0,860**	−0,86
Non-binair	−0,203	−0,20	−0,142	−0,14	−0,150	−0,15
Opleiding	0,090*	0,26	0,094*	0,27	0,093*	0,26
Leeftijd	−0,040***	−0,52	−0,037***	−0,49	−0,037***	−0,50
Stedelijkheid	−0,012	−0,02	−0,033	−0,04	−0,037	−0,05
Positief	−0,963***	−0,51	−0,863***	−0,46	−0,828***	−0,44
*Leeftijd	0,015	0,10				
*Opleiding			−0,032	−0,05		
*Stedelijk					0,096	0,06
Negatief	1,223***	0,78	1,080***	0,69	1,134***	0,72
*Leeftijd	−0,042**	−0,36				
*Opleiding			0,032	0,06		
*Stedelijk					0,177	0,14

Noot. N = 319. †p<0,10; *p<0,05; **p<0,01; ***p<0,001

Tabel F6. Regressiecoëfficiënten voor de samenhang tussen mediablootstelling en stress per gendergroep

Genderidentiteit	b	SE	df	z	p
Positieve mediablootstelling					
Vrouw	−0,379	0,336	∞	−1,13	0,259
Man	−1,695	0,450	∞	−3,76	< 0,001
Non-binair	−1,005	0,358	∞	−2,81	0,005

Negatieve mediablootstelling					
Vrouw	0,44	0,296	∞	1,49	0,137
Man	1,95	0,400	∞	4,88	< 0,001
Non-binair	1,27	0,323	∞	3,95	< 0,001

Noot. N = 319 (gebaseerd op Model 3).

Model F7. Lineaire regressie voor gedragsaanpassing (gecentreerde predictoren)

	Model 1		Model 2		Model 3	
	b	B	b	B	b	B
Intercept	1,832		1,772		1,785	
Gender (REF = Vrouw)						
Man	0,516**	0,39	0,565**	0,43	0,544**	0,41
Non-binair	0,192	0,15	0,314†	0,24	0,325†	0,25
Opleiding	0,071**	0,15	0,066*	0,14	0,065*	0,14
Leeftijd	−0,022***	−0,22	−0,021***	−0,21	−0,021***	−0,21
Stedelijkheid	−0,003	0,00	0,004	0,00	0,007	0,01
Positieve blootstelling			−0,208	−0,08	0,068	0,03
*Man					−0,399	−0,16
*NB					−0,496	−0,20
Negatieve blootstelling			0,348**	0,17	0,297	0,14
*Man					0,129	0,06
*NB					0,061	0,03

	Model 4		Model 5		Model 6	
	b	B	b	B	b	B
Intercept	1,792		1,769		1,773	
Gender (REF = Vrouw)						

Man	0,508**	0,39	0,571**	0,43	0,571**	0,43
Non-binair	0,288	0,22	0,312†	0,24	0,322†	0,25
Opleiding	0,061*	0,13	0,066*	0,14	0,063*	0,14
Leeftijd	−0,024***	−0,25	−0,021***	−0,21	−0,022***	−0,22
Stedelijkheid	0,015	0,01	0,004	0,00	−0,002	0,00
Positief	−0,371*	−0,15	−0,216	−0,09	−0,223	−0,09
*Leeftijd	0,026**	0,14				
*Opleiding			0,018	0,02		
*Stedelijk					−0,102	−0,05
Negatief	0,380**	0,18	0,350**	0,17	0,408***	0,20
*Leeftijd	−0,010	−0,07				
*Opleiding			0,012	0,02		
*Stedelijk					0,222*	0,14

Noot. N = 319. †p<0,10; *p<0,05; **p<0,01; ***p<0,001

Tabel F8. Regressiecoëfficiënten voor de samenhang tussen mediablootstelling en gedragsaanpassing per gendergroep

Genderidentiteit	b	SE	df	t	p
Positieve mediablootstelling					
Vrouw	0,068	0,220	307	0,31	0,759
Man	−0,331	0,266	307	−1,25	0,214
Non-binair	−0,428	0,243	307	−1,76	0,080
Negatieve mediablootstelling					
Vrouw	0,297	0,190	307	1,56	0,119
Man	0,426	0,206	307	2,07	0,039
Non-binair	0,359	0,208	307	1,72	0,086

Noot. N = 319 (gebaseerd op Model 3).

Tabel F9. Lineaire regressieanalyse van gedragsaanpassing aan de hand van genderconforme zelfexpressie

	Model 1		Model 2		Model 3	
	b	B	b	B	b	B
Intercept	2,750		2,856		2,757	
Gender (REF = Vrouw)						
Man	0,712***	0,54	0,795	0,60	0,699***	0,53
Non-binair	0,100	0,08	−0,147	−0,11	0,089	0,07
Opleiding	0,060*	0,13	0,057*	0,12	0,060*	0,13
Leeftijd	−0,021***	−0,20	−0,020**	−0,20	−0,020	−0,20
Stedelijkheid	0,052	0,05	0,064	0,06	0,053	0,05
Synchroniteit (REF = niveau 0)						
Niveau 1	−0,572*	−0,43	−0,304	−0,23	−0,561*	−0,42
Niveau 2	−1,246***	−0,94	−1,431***	−1,08	−1,245***	−0,94

Man × niveau 1	−1,197	−0,90		
Non-binair × niveau 1	0,042	0,03		
Man × niveau 2	0,113	0,08		
Non-binair × niveau 2	0,259	0,19		
Leeftijd × niveau 1			0,006	0,06
Leeftijd × niveau 2			−0,003	−0,03

	Model 4		Model 5	
	b	B	b	B
Intercept	2,730		2,700	
Gender (REF = Vrouw)				
Man	0,710***	0,53	0,715***	0,54
Non-binair	0,101	0,08	0,107	0,08
Opleiding	−0,017	−0,04	0,058*	0,13
Leeftijd	−0,021***	−0,20	−0,020***	−0,20
Stedelijkheid	0,048	0,05	−0,078	−0,07
Synchroniteit (REF = niveau 0)				
Niveau 1	−0,551*	−0,41	−0,525*	−0,39
Niveau 2	−1,225***	−0,92	−1,202***	−0,90
Opleiding × niveau 1	0,075	0,16		

Opleiding × niveau 2	0,090	0,19		
Stedelijkheid × niveau 1			0,115	0,11
Stedelijkheid × niveau 2			0,161	0,15

Noot. N = 299. Synchroniteit is gemeten met de vraag „Hoe vaak presenteer je naar buiten toe (genderexpressie) in overeenstemming met jouw genderidentiteit?" (ongeacht hoe dit door anderen wordt gezien of begrepen). De vijf antwoordcategorieën zijn samengevoegd tot drie niveaus: niveau 0 (referentie) = nooit, zelden of soms; niveau 1 = meestal; niveau 2 = altijd. †p<0,10; *p<0,05; **p<0,01; ***p<0,001

Tabel F10. Geschatte marginale gemiddelden en effectgrootte van gedragsaanpassing per gendergroep

Geschatte gemiddelden per synchroniteitsniveau (SE)

Gendergroep	Niveau 0	Niveau 1	Niveau 2
Trans vrouw	2,86 (0,31)	2,56 (0,40)	1,43 (0,15)
Trans man	3,66 (0,54)	2,16 (0,33)	2,34 (0,14)
Non-binair	2,72 (0,29)	2,45 (0,20)	1,54 (0,16)

Sterkte van het synchroniteit-verband binnen elke gendergroep

Gendergroep	Partiële η^2	Cohen's f^2	F	p
Trans vrouw	0,22	0,28	11,93	< 0,001
Trans man	0,05	0,05	2,21	0,116
Non-binair	0,17	0,20	10,51	< 0,001

Noot. N = 299.

Tabel F11. Toetsing van de regressie-assumpties van de basismodellen (zonder interactietermen)

Model	SW (p)	BP (p)	DW	RESET (p)	VIF (max)	Brant (p)
Mentale gezondheid	0,096	0,223	1,92	0,041	1,29	—
Gedrag (media)	< 0,001	0,608	1,90	0,959	1,28	—
Gedrag (expressie)	0,002	0,005	1,90	0,123	1,26	—
Angst	—	—	—	—	1,28	0,16
Stress	—	—	—	—	1,28	0,43

Noot. Toetsing van de modelassumpties (basismodellen, vóór interactietermen). De residuen van de gedrags- en expressiemodellen wijken af van normaliteit, wat verwacht is bij een begrensde Likertuitkomst; bij deze steekproefgrootte (n = 299–328) zijn de OLS-schatters robuust. In de expressiemodellen zijn wegens lichte heteroscedasticiteit robuuste standaardfouten (HC3) gebruikt. Voor de ordinale modellen (angst, stress) houdt de proportional-odds-assumptie en is de multicollineariteit laag. De modellen zijn geschikt voor interpretatie.

trans gender netwerk

© Transgender Netwerk 2026
Mede mogelijk gemaakt door subsidie van het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap