



# Wat maakt digitale ervaringen persoonlijk versus transactioneel aanvoelen? Onderzoek

naar personalisatie, human-centered design in sociale platforms, en hoe authentieke menselijke verbinding te behouden via technologie. Inclusief voorbeelden uit zorg, onderwijs en sociale diensten.

Nu zal ik het comprehensive rapport genereren over personalisatie, authentieke verbinding en human-centered design.

## Digitale Persoonlijkheid: Van Transactioneel naar Relationeel

Digitale ervaringen voelen persoonlijk wanneer ze gericht zijn op authentieke menselijke verbinding en wederzijdse waardering—niet op extractie van waarde of gedragsmanipulatie. Het fundamentele onderscheid ligt niet in de technologie zelf, maar in de onderliggende filosofie: respecteert het systeem gebruikersautonomie en kwetsbaarheid, of exploiteert het die?

## De Architectuur van Authentieke Verbinding

**Directe versus algoritmische interactie.** Onderzoek naar hoe gebruikers zinvolle verbinding ervaren toont een duidelijk patroon: platforms gericht op directe communicatie (WhatsApp, tekstberichten, FaceTime) hebben de hoogste percentages gebruikers die in de afgelopen 28 dagen zinvolle verbinding hebben gerapporteerd, terwijl platforms gebouwd rond contentdistributie (Pinterest, YouTube) de laagste percentages vertonen. Dit suggereert dat zinvolheid ontstaat uit wederzijdse, persoonlijke uitwisseling, niet uit broadcast-modellen.<sup>[1]</sup>

De psychologische verklaring is voorstelbaar: directe berichten bevatten sociale signalen die wijzen op persoonlijke belangstelling. Wanneer iemand je rechtstreeks schrijft, erkent zij jou als individu, niet als lid van een groter publiek. Algoritmische platforms, hoewel ze personalisatie claimeren, leveren eigenlijk één-op-veel communicatie, waarbij het systeem bepaalt wat je ziet op basis van gedragspatronen, niet op basis van jouw voorkeuren.

**Persoonsgerichte benadering in zorg.** In de gezondheidszorg illustreert hyper-personalisatie hoe echte individualisering werkt: aanbieders die geneesmiddel-specifieke behandelen en medische voorzieningen aanbieden, doen dit door een "N van 1"-profiel van elke patiënt te creëren. Dit combineert medische geschiedenis, communicatievoorkeuren, sociale en culturele gezondheidsbepalende factoren. De patiënt voelt zich gezien—niet als lidnummer, maar als unieke persoon met specifieke omstandigheden.<sup>[2]</sup>

Singapore's Life.Sg-app exemplifieert dit met gepersonaliseerde aanbevelingen die zich aan verschillende levensfasen aanpassen (jonge ouders met pasgeborenen, gepensioneerden,

werkzoekenden), maar de sleutel is dat deze personalisatie **transparant** is en gebruikers begrijpen waarom ze specifieke aanbevelingen zien.<sup>[3]</sup>

## De Psychologie van Manipulatie versus Empowerment

Hier ligt het kritieke onderscheid. Een systematische review van 240 onderzoeken naar AI en digitaal welzijn stelt vast dat personeelsleden twee fundamenteel verschillende benaderingen kunnen nemen:<sup>[4]</sup>

**Autonomie-ondersteunende systemen** bieden beslissingsondersteunende dashboards, intelligente filtermechanismen en aanpasbare ervaringen. Zij gebruiken "ethische nudges"—zachte aanmoedigingen die gebruikers helpen nadenken en reflecteren, zonder hen te dwingen. Voorbeelden: relevante instellingen die gebruikers kunnen wijzigen, transparante verklaringen van waarom een aanbeveling wordt gegeven, en betekenisvolle keuzes.

**Autonomie-ondermijnende systemen** gebruiken emotionele profilering om cognitieve zwaktes stiekem uit te buiten—wat Britse onderzoekers "manipulatie door gevoelsmatige AI" noemen. Dit omvat deepfakes in social media, valse informatie en gevoelsmatige profilering die gebruikers manipuleert zonder hun kennis. Onderzoek toont aan dat 97% van de leidende websites en apps in de EU zogenaamde "dark patterns" gebruiken—interface-keuzes als herhaalde herinneringen, aftellingsklokken en verplichte registraties. Deze patronen exploiteren vooral economisch kwetsbare gebruikers die niet doorhebben dat ze worden gemanipuleerd.<sup>[5] [6]</sup>

**De kostprijs van manipulatie:** Koretermijnwinsten leiden tot langetermijnvertrouwenserosie. Eenmaal ontmaskerd, dalen klantloyaliteit en lifetime-waarde dramatisch.<sup>[6]</sup>

## Relatie-gerichte versus transactionele benaderingen in praktijk

**In onderwijs:** Onderzoeken naar studentenengagement met digitale technologieën identificeren drie kritieke faciliteringskenmerken voor hoog engagement:<sup>[7]</sup>

1. Een arena waarbij alle studentendeelname wordt gevraagd én gezien door de leraar
2. De leraar erkent individuele studentenbijdragen in real-time
3. De leraar vraagt om inzicht in het studentenleerproces

Lessen waar technologie op deze manier wordt ingezet—bijvoorbeeld online beoordelingssystemen waar iedereen participatie zichtbaar is en directe feedback krijgt—produceren aanzienlijk hogere engagementniveaus dan lessen waar technologie wordt gebruikt voor "één gebruiker tegelijk" interactie (zoals individuele werkzaamheden zonder zichtbaarheid). Het verschil is dat het eerste model **wederzijdse aanwezigheid** en **erkentning** veronderstelt, terwijl het tweede model isolerend werkt.<sup>[7]</sup>

**In vrijwilligersmanagement:** Scheland's Peer Coaching-programma door Education Scotland illustreert relatie-gedreven ontwerp. Het platform paste deelnemers met peer-coaches op basis van functie en professionele context. Hoe cruciaal: het programma had expliciete coaching-trainingen, 24/7 ondersteuning via embedded chat, en maandelijkse live-leersessies om praktische toepassing te ondersteunen. Resultaat: vraag steeg met 84% van 244 deelnemers in 2021 naar 1.500 in 2022.<sup>[8]</sup>

**In geestelijke gezondheidszorg:** Woebot (een AI-chatbot gebaseerd op cognitieve gedragstherapie) toont zowel de belofte als de gevaren. Gebruikers rapporteerden significant verminderde depressie in twee weken—maar Woebot is **expliciet transparant** over zijn beperkingen (niet menselijk, geen crisisdienst) en biedt hotline-nummers voor suïcidale gedachten. Dat contrast staat scherp met Replika, waar sommige gebruikers emotionele afhankelijkheid rapporteerden en vervaging van realiteit. Het verschil: expliciete grenzen stellen. <sup>[9] [10]</sup>

## Human-Centered Design: Het Raamwerk

De Human-Centered AI for Digital Well-being (HCAI-DW) model integreert vier essentiële componenten: <sup>[4]</sup>

### 1. Organism: Individuele Verschillen Respecteren

Dit gaat veel verder dan basisdemografie. Het omvat persoonlijkheidskenmerken, digitale vaardigheden, emotionele behoeften, cognitieve voorkeuren en psychologische kwetsbaarheid. Bij patiënten in de zorg omvat dit medische geschiedenis, communicatievoorkeuren en socioculturele factoren. Bij leerlingen omvat het leervoorkeur, angstigheidsniveaus en zelfvertrouwen.

**Praktisch:** Onderzoeksgegevens tonen aan dat adaptieve personalisatie (waarbij het systeem zich aanpast op basis van real-time feedback) aanzienlijk hoger wordt gewaardeerd dan statische personalisatie. Dit vereist echter actief gebruikersonderzoek—niet alleen algoritmen op basis van kliks. <sup>[4]</sup>

### 2. Stimulus: Functies als Intentionele Interventies

Dit betekent dat ontwerpers expliciet moeten beslissen: *leidt deze functie tot meer autonomie of minder?* Is deze notificatie een hulpmiddel of een manipulatieve nudge?

**Concreet voorbeeld uit zorg:** Gepersonaliseerde herinneringen voor medicijngebruik ondersteunen autonomie als zij gebruikers helpen hun eigen doelen na te streven, maar ondermijnen autonomie als zij gebruikt worden om compliance af te dwingen zonder gebruikersinput over timing of frequentie.

### 3. Response: Cyclus van Beslissing, Actie en Reflectie

Dit erkent dat gebruikers geen passieve ontvangers zijn. Zij nemen voortdurend beslissingen, voeren handelingen uit en reflecteren. Dit proces hoort ondersteund te worden, niet geleiding gegeven door algoritmen.

**In vrijwilligerswerk:** Dit betekent dat platforms vrijwilligers moeten helpen hun beschikbaarheid, voorkeuren en ervaringen zelf in te vullen, hun voortgang zelf te zien, en feedback zelf in te stellen—niet dat het systeem hen push-notificaties stuurt zonder vraag.

## 4. Outcome: Mismatching on Metrics

De meeste platforms meten oppervlakkige dingen: tijd-op-pagina, aantal kliks, herhaal bezoeken. Maar voor relatie-gerichte diensten zijn de werkelijke resultaten:

- Gebruikersautonomie versterkt, niet ondermijnd
- Emotioneel welzijn verbeterd
- Duurzame gedragsveranderingen
- Waarheid: gebruikers voelen zich begrepen en gerespecteerd

## Authenticiteit als Kernprincipe

### Authentieke zelfexpressie en welzijn

Onderzoek naar sociale media en welzijn toont iets opmerkelijks aan: wanneer gebruikers **echt** zijn (hun zelf-versies online afstemmen op hun echte persoonlijkheid), rapporteren zij meer levenstevredenheid. Omgekeerd, wanneer gebruikers zich idealiseren (een "beste versie" presenteren), ervaren zij psychologische onrust en intern conflict. <sup>[11]</sup>

Dit verklaart waarom gesloten groepen en direct messaging meer zinvolle verbinding produceren dan openbare platforms. In openbare contexten voelen gebruikers druk om zich voor een publiek voor te doen. In privé contexten kunnen zij authentiek zijn.

### Kwetsbaarheid als Designactief

Een revolutionair perspectief uit designonderzoek stelt voor dat ontwerpers kwetsbaarheid als een *kracht* moeten ontwerpen, niet als iets om te vermijden. Dit is gebaseerd op Buber's filosofie van I-Thou (authentieke, wederzijdse relatie) versus I-It (objectivering). <sup>[12]</sup>

### Vier soorten "enablers" van interpersoonlijke verbinding:

1. **Artifactueel** (gereedschappen die samenwerking mediëren): bijvoorbeeld een gedeelde whiteboard in coaching
2. **Attitudineel** (ontwerp dat expressie van persoonlijke gevoelens faciliteert): bijvoorbeeld ruimte voor verhaal in een patiëntenprofiel
3. **Procedureel** (reeksen van stappen): bijvoorbeeld een structuur voor peer coaching-gesprekken
4. **Narratief** (persoonlijke interpretatie en verhalen): bijvoorbeeld casestudies van anderen in dezelfde situatie

Zonder deze enablers voelt digitale interactie transactioneel.

## Praktische Frameworks voor Relatie-Gerichte Diensten

### Self-Determination Theory voor Conversational Agents

Voor chatbots en AI-coaching geldt: vervul drie psychologische behoeften: <sup>[13]</sup>

**Competentie:** Gebruikers moeten begrijpen wat de AI kan en kan niet doen. Dit is beter bereikt door in-context onderwijs (het systeem leert gebruikers relevante functies *als zij die nodig hebben*) dan door externe handleidingen. Uitzettingsdashboards zijn waardevol.

**Autonomie:** Dit omvat flexibiliteit (kan de conversatie veranderen?), personalisatie (voelt het op mij afgestemd?) en **gegevenscontrole** (wie ziet mijn gegevens en hoe kunnen zij die gebruiken?). Onderzoek toont aan dat gebruikers voorzichtig zijn met het integreren van sociale functies in chatbots—zij willen privacy behouden. <sup>[13]</sup>

**Relaties:** Dit vereist sociale verbinding, maar niet geforceerd. Het voelt meer op zijn plaats in peer-to-peer contexten (twee vrijwilligers coachen elkaar) dan in AI-contexten, hoewel AI gevoelsmatige validatie kan bieden.

### Vertrouwen Bouwen via Ontwerp

Vijf kritieke elementen: <sup>[14]</sup> <sup>[15]</sup> <sup>[16]</sup>

1. **Helder communicatie:** Vermijd jargon. Leg uit waarom gegevens worden verzameld en hoe zij worden gebruikt. "We hebben toegang tot uw locatie nodig om nauwkeurige lokale weerberichten te geven."
2. **Gebruikerscontrole:** Laat gebruikers gemakkelijk hun instellingen beheren, inzien wat u over hen hebt verzameld, en afmelden. Progressive consent is beter dan pop-ups: verdien toestemming over tijd, vraag niet alles meteen.
3. **Transparante data-praktijken:** Zijn er partnerschappen? Wordt gegevens verkocht? Verander uw beleid? Communiceer openlijk.
4. **Databeschermingsprioriteit:** Privacy-centers waar gebruikers frequentie en soort communicatie kunnen bepalen, tonen respect voor autonomie.
5. **Moment-van-waarde frames:** Vraag toestemming wanneer de gebruiker de waarde begrijpt ("Mag ik je herinneren aan medicijngebruik?"), niet als abstractie ("Mag ik je volgen?").

### Reciprociteitsontwerp

Dit principe uit organisatie-onderzoek is diep: gebruikers reciproceren gedrag op basis van vertrouwen, tevredenheid en inzet. Dus: <sup>[17]</sup>

- **Interpersoonlijk:** Leer gebruikersnamen, moedig face-to-face contact aan, herken hun achtergronden.
- **Operationeel:** Wijs servicemedewerkers aan voor specifieke gebruikers, niet algemene teams.

- **Organisatorisch:** Gee medewerkers toestemming om gebruikers als unieke personen te behandelen, niet als standaardgevallen.

Aanvankelijk geven (training, advies, begeleiding zonder zekere wederkerigheid) verhoogt gebruikersverplichting aan het systeem. Dit is het tegenovergestelde van exploitatie.

## Casestudies in Zorg, Onderwijs en Sociale Diensten

### Zorg: Persoon-Gerichte Dashboards

Singapore's Life.Sg-app gebruikte human-centered design om diensten die over meerdere agentschappen verspreid waren (woongeld, oudervalverlof, werkloosheidssteun) aan burgers te presenteren op basis van *levensstadium*, niet op basis van government-structuur. De app biedt gepersonaliseerde aanbevelingen en herinneringen op basis van informatie die gebruikers verstrekken, plus voorspellende modelering.<sup>[3]</sup>

Kritiek: het was gebaseerd op *ciudadano-perspectief*, niet op agency-perspectief. Dit vereiste empathie-onderzoek, gebruikerstesten en iteratieve verbetering. De designfilosofie was: "Hoe zou dit *voelen* voor iemand die een baby krijgt of werkloos wordt?"

**Mentale gezondheid:** Hybrid human-AI coaching toont veelbelovende resultaten. Woebot (AI) en menselijke coaches hebben beide positief effect op engagement en levensstijlresultaten gehad, maar de twee gecombineerd is nog beter omdat AI escalabiliteit biedt en mensen diepte bieden.<sup>[18]</sup>

**Het psychologische moment:** Patiënten loggen in op dashboards niet in neutrale toestanden—zij zijn bang, hoopvol, verward of op zoek naar controle. De interface moet dat erkennen. Dit omvat:<sup>[19]</sup>

- **Toon:** Calm, respectvol, ondersteunend—niet klinisch of neerbuigend
- **Duidelijkheid:** Jargon verwijderen, voegbegrip toe, voeg stress niet toe
- **Berustingstelling:** Vier inspanning, niet alleen resultaten

### Onderwijs: Zichtbaarheid en Erkenning

Onderwijsstudies tonen aan dat student-engagement explosief stijgt wanneer leraren:

1. Een arena creëren waarin iedereen deelname wordt gevraagd *en gezien* door de leraar
2. Bevestig studentenbijdragen in real-time
3. Vragen stellen over het leerproces zelf, niet alleen over taken<sup>[7]</sup>

Dit is radicaal eenvoudig: het gaat niet om meer technologie, maar om *hoe* technologie wordt gebruikt. Online beoordelingssystemen (Google Classroom, Socrative) met real-time feedback en zichtbare deelname prikken engagement. Systemen waarin studenten aan taken "privé" werken zonder leraarswaarneming, onderdrukt engagement—zelfs al voelen studenten zich "opgelucht" dat hun werk gedaan is.

## Vrijwilligersdiensten: Matching + Support

De Schotse Peer Coaching-casus vertoont zeer opzettelijk ontwerp: <sup>[8]</sup>

- **Matching:** Automatisch gepaarde coaches op basis van taak en ervaring buiten hun eigen lokale autoriteit (headmasters in verschillende regio's, dus minder zelfbewustzijn)
- **Training:** On-demand leersessies met tools en resources
- **Ondersteuning:** 24/7 chat voor vragen
- **Voortgang:** Deelnemers vullen in het effect van coaching op hun praktijk na elke sessie

Resultaat: vraag steeg 84%. Waarom? Omdat het systeem de coach-coachee-relatie faciliteerde, niet het erstehalfde werk van middlemen.

## Meten Wat Telt

Huidige platforms meten oppervlakkige dingen: likes, follows, time-on-page. Voor relatie-gerichte diensten zijn betere metriecken: <sup>[20]</sup> <sup>[21]</sup> <sup>[22]</sup>

### Engagement-diepte:

- Gemiddelde tijd besteed aan communityruimtes
- Frequentie van lid-op-lid interactie
- Inhouds-delings- en discussie-tarieven
- Evenement-aanwezigheid en participatie-tarieven

### Relatie-kwaliteit:

- **Return on Conversation:** Betekenisvolle heen-en-weer gewisseling gewogen hoger dan losse likes
- Sentimentanalyse en klanttevredenheid
- Herhaalde aankoop gedrag (klant lifetime value)
- Referral en advocacy

### Business-impact:

- Hoeveel conversaties leiden tot conversie of loyaliteit?
- Hoe verhoogt sociale engagement de waarde van elke klant over tijd?
- Wat zijn de herhalingspercentages (blijven gebruikers terugkomen)?

De **CARE-raamwerk** (Context, Action, Review, Evaluation) helpt merken conversaties aan echte business-resultaten te koppelen. Voorbeeld: een merk ontvangt voortdurend vragen over verpakking in sociale media. Dit "Return on Conversation"-gegeven leidt tot verpakkingsverandering. Nu kan het reclame meten: *"Dit kwam voort uit sociale listening, niet uit speculatie."* <sup>[21]</sup>

## Ethische Grenzen en Risico's

### Dark Patterns en Manipulatie

Zelfs goed bedoeld ontwerp kan uit de hand lopen. Vier waarschuwingen:

1. **Emotionele afhankelijkheid in AI:** Onderzoek toont aan dat gebruikers van Replika (AI-gezelschapsschatbot) emotionele afhankelijkheid rapporteerden, vooral wanneer zij lange gesprekken voerden met een "partner" met een ander geslacht dan de gebruiker. Gevolg: meer isolatie, niet meer verbinding. <sup>[10]</sup>
2. **Gesloten algorithms:** Zelfs hyper-personalisatie kan isolatie creëren. Algoritmen die alleen inhoud tonen die gebruikers al leuk vinden, creëren "echo-kamers" waar het moeilijker wordt om op andere perspectieven te stuiten. <sup>[23]</sup>
3. **Pseudointimiteit:** AI-chatbots kunnen aanvoelen alsof zij zich zorgen om je maken, maar zij hebben geen bewustzijn, geen levenservaring. Ontwerpers moeten **expliciet** zeggen wat de AI kan en kan niet doen, en wanneer menselijke hulp nodig is.
4. **Exploitatie van kwetsbaarheid:** Hyper-personalisatie kan aanvoelen als "jij te kennen" terwijl je eigenlijk wordt geprofileerd voor manipulatie. Dit treft met name jongeren en ouderen het hardst. <sup>[6]</sup>

### Ethische Principes voor AI Coaching <sup>[24]</sup>

1. **Transparantie en informed consent:** Maak duidelijk wat het systeem doet en wat je toestaat
2. **Autonomie en gebruiker-empowerment:** Ondersteun gebruikersbeslissingen, dwing ze niet af
3. **Privacy en gegevensscherming:** Zeg wanneer gebruikersdata worden gebruikt
4. **Billijkheid:** Zorg ervoor dat systemen niet bepaalde groepen discrimineren
5. **Do No Harm:** Escaleren naar menselijke hulp wanneer nodig
6. **Accountability:** Wie is verantwoordelijk als iets misgaat?

### Aanbevelingen voor Relatie-Gerichte Platforms

Voor jouw platforms (DatingAssistent, TeambuildingmetImpact, VrijwilligersCheck) zijn hier de kernprincipes: <sup>[25] [18] [17] [12] [13] [4] [7]</sup>

1. **Kies direct messaging over algoritmen:** Als zinvolle verbinding het doel is, bouw peer-to-peer communicatie in, niet content-feeds.
2. **Ontwerp voor wederzijdse aanwezigheid:** Zorg ervoor dat deelnemers elkaar kunnen zien en erkennen. In coaching: verbind mensen in matched pairs. In vrijwilligers: toon voortgang tegen anderen zichtbaar.
3. **Faciliteer kwetsbaarheid:** Ontwerp processen, verhalen en tools die bescheiden zelfopenbaring mogelijk maken. Dit voelt ongemakkelijk—dit is goed. Dat ongemak is waar



authentieke verbinding begint.

4. **Transparantie over AI:** Als je AI-coaching gebruikt, wees expliciet over beperkingen. "Dit is niet jouw therapeut" beschermt zowel gebruiker als organisatie.
5. **Reciprociteit structureel maken:** Laat coaches vrijwilligers herkennen. Laat gebruikers zien wie hen helpt. Bouw "medewerker aan je reis" in plaats van "systeem dat jouw gedrag volgt".
6. **Meting opnieuw bepalen:** Stop met engagement-metrieken. Meet in plaats daarvan:
  - Voelen gebruikers zich gezien en begrepen?
  - Herkennen zij echte voortgang in hun doelen?
  - Gaan zij anderen aanraden of betrokken blijven?
7. **Progressieve toestemming, niet dikke banners:** Verdien vertrouwen door transparantie op het moment dat zij nuttig is, niet via pop-ups.
8. **Ontwerp met, niet voor:** Betrek daadwerkelijke gebruikers (singles, vrijwilligers, coaches) in testen. Luister naar hun ervaring van "voelt dit echte" of "voelt dit als een algoritme".
9. **Bereid menselijke escalatie voor:** AI kan 24/7 schalen, maar menselijke coaches kunnen diepte bieden. Wat is je grens voor hybrid?
10. **Privacy voorop:** Gebruik data om beter te bedienen, niet om dieper te manipuleren. Gee gebruikers volledige controle over wat wordt gedeeld.

## Conclusie

Persoonlijke digitale ervaringen zijn niet het resultaat van betere algoritmen of meer gegevens. Zij voortspruiten uit ontwerpen die **respect tonen**—voor autonomie, voor kwetsbaarheid, voor voorkeur van gebruikers. Zij huldigen **reciprociteit**, niet extractie. En zij **meten wat telt**—niet oppervlakkige engagement, maar diepere verbinding.

Platforms gericht op relaties (niet transacties) slagen erin wanneer zij:

- Directe communicatie inschakelen
- Kwetsbaarheid faciliteren
- Transparant zijn
- Gebruikers controle geven
- Authentieke zelfexpressie stimuleren
- Diepte boven schaal prefereren

De paradox is dit: platforms die zich concentreren op zinvolle verbinding, in plaats van maximalisatie van engagement, bouwen uiteindelijk *meer* loyaliteit op. Dat is niet alleen ethisch beter—het is ook beter voor zaken.

Human-centered design is niet een luxe. Voor sociale impact is het fundamenteel.

**Geselecteerde referenties:**

Stimulus-Organism-Response model voor AI digital well-being; human-centered AI for digital well-being framework met 240-paper review<sup>[4]</sup>

Onderzoek naar zinvolle verbindingen op sociale platforms; directe berichten vs. algoritmen<sup>[1]</sup>

Hyper-personalisatie in gezondheidszorg; N van 1 aanpak<sup>[2]</sup>

Singapore Life.Sg app; citizen-centric government design<sup>[3]</sup>

Student engagement met leren-technologieën; zichtbaarheid en erkenning<sup>[7]</sup>

Emotionele AI manipulatie; autonomie-ontkenning<sup>[5]</sup>

Dark patterns en AI-gestuurde manipulatie<sup>[6]</sup>

Authentieke zelfexpressie en sociale media welzijn<sup>[11]</sup>

Gemeenschapsmetrieken voorbij engagement; Return on Conversation<sup>[26] [27] [21]</sup>

Vertrouwen via ontwerp; transparantie en gebruikerscontrole<sup>[15] [16] [14]</sup>

Human-AI hybrid coaching in gezondheid<sup>[18]</sup>

Reciprociteit, kwetsbaarheid en relatie-gebouw<sup>[25] [17] [12]</sup>

Schotse peer coaching programma; 84% vraag-stijging<sup>[8]</sup>

Self-Determination Theory voor conversational agents<sup>[13]</sup>

Ethische principes voor AI coaching<sup>[24]</sup>



1. <https://psychoftech.substack.com/p/meaningful-connections-on-social-media>
2. <https://easternenterprise.com/hyper-personalising-the-digital-health-experience/>
3. <https://aws.amazon.com/blogs/publicsector/how-human-centered-design-help-public-agencies-design-better-digital-services/>
4. <https://humanfactors.jmir.org/2025/1/e69533>
5. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC11190365/>
6. <https://www.forbes.com/sites/federicoguerrini/2024/11/17/ai-driven-dark-patterns-how-artificial-intelligence-is-supercharging-digital-manipulation/>
7. <https://www.scup.com/doi/10.18261/issn.1891-943x-2018-02-04>
8. <https://www.thinkeq.com/resources/case-study/peer-coaching/>
9. <https://www.linkedin.com/pulse/psychology-chatbots-emotional-ai-human-connection-joshua-pandy-zxcic>
10. <https://www.brookings.edu/articles/what-happens-when-ai-chatbots-replace-real-human-connection/>
11. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC7538578/>
12. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S240587261730014X>

13. [https://selfdeterminationtheory.org/wp-content/uploads/2021/05/2021\\_YangAuriscchio\\_DesigningConversational.pdf](https://selfdeterminationtheory.org/wp-content/uploads/2021/05/2021_YangAuriscchio_DesigningConversational.pdf)
14. <https://www.virtusa.com/insights/perspectives/understanding-the-psychology-behind-user-trust-in-technology>
15. <https://uxpajournal.org/designing-for-trust-the-crucial-role-in-digital-user-experiences/>
16. <https://www.linkedin.com/pulse/designing-user-trust-role-transparency-ux-design-adinata-kurniawan-7p4lc>
17. <https://cacm.acm.org/research/reciprocity/>
18. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC12058678/>
19. <https://logicloom.in/patient-centric-dashboards-that-actually-empower-people-how-to-design-healthcare-interfaces-that-inform-engage-and-truly-support-long-term-wellness/>
20. <https://blog.tagmango.com/the-ultimate-guide-to-community-building-for-creators/>
21. <https://www.socialinsider.io/blog/social-media-value/>
22. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC8354841/>
23. [https://ceur-ws.org/Vol-3965/BCSS25\\_Paper10.pdf](https://ceur-ws.org/Vol-3965/BCSS25_Paper10.pdf)
24. <https://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/ff18dddf-717b-4ffc-a92e-5f2e3fc64114-MECA.pdf?abstractid=5022389&mirid=1>
25. <https://sharemorestories.com/from-fear-to-trust-creating-better-experiences-through-vulnerability/>
26. <https://www.linkedin.com/pulse/beyond-metrics-how-community-driven-marketing-creates-evan-patterson-cfzxe>
27. <https://tulipmediagroup.com/beyond-likes-measuring-the-real-impact-of-social-media-campaigns/>
28. <https://lumenalta.com/insights/what-is-personalization>
29. <https://www.contentstack.com/blog/personalization/discover-the-benefits-of-personalization-psychology>
30. <https://www.broadview.org/technology-human-interactions/>
31. <https://www.questionpro.com/blog/transactional-vs-relational-nps/>
32. <https://www.modusdigital.com/blog/how-to-create-a-human-centered-digital-experience/>
33. <https://bluemelondesign.com/digital-experiences/human-connection-in-todays-digital-world/>
34. <https://www.cbtnews.com/relational-vs-transactional-strategies-for-lasting-customer-loyalty/>
35. [https://www.mcm.uni-wuerzburg.de/fileadmin/06110300/user\\_upload/PDF\\_Dateien/Hutmacher\\_Appel\\_2022\\_From\\_Motivation\\_to\\_WellBeing.pdf](https://www.mcm.uni-wuerzburg.de/fileadmin/06110300/user_upload/PDF_Dateien/Hutmacher_Appel_2022_From_Motivation_to_WellBeing.pdf)
36. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC8241468/>
37. <https://www.innovationnewsnetwork.com/from-wearables-to-ai-how-digital-technologies-aid-personalized-care/60232/>
38. <https://www.linkedin.com/pulse/rise-human-centered-tech-designing-empathy-digital-world-nbnjc>
39. <https://healthsnap.io/balancing-digital-innovation-and-human-connection-the-critical-role-of-personal-interaction-in-healthcare/>
40. <https://www.acc.edu.au/blog/technology-improves-student-engagement/>
41. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC9214621/>
42. <https://redshoesinc.com/blog/ai-powered-hyper-personalization-how-to-transform-your-healthcare-marketing-strategy/>

43. <https://www.portent.com/blog/cro/empowerment-vs-manipulation-rant.htm>
44. <https://www.uu.nl/sites/default/files/rebo-renforce-working-paper-2024-Harms caused by dark patterns.pdf>
45. <https://www.benchmarkemail.com/blog/how-to-measure-real-engagement/>
46. [https://www.ivir.nl/publicaties/download/Sax\\_INFO\\_47-1.pdf](https://www.ivir.nl/publicaties/download/Sax_INFO_47-1.pdf)
47. <https://www.ketch.com/blog/posts/consent-management>
48. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2444569X25001155>
49. <https://www.cmswire.com/customer-experience/inside-the-privacy-first-approach-to-the-personalized-customer-experience/>
50. <https://mindforest.ai/post/ai-human-collaboration>
51. <https://www.gofurther.com/blog/personalized-experiences-without-compromising-customer-data>
52. <https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2024.1364054/full>
53. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC12575814/>
54. <https://alignclicks.com/is-whatsapp-social-media/>
55. <https://kindful.com/nonprofit-glossary/volunteer-management-software-for-nonprofits/>
56. <https://www.brand360.com.my/digital-marketing/is-whatsapp-a-social-media/>
57. <https://onlinedegrees.sandiego.edu/volunteer-management-software/>
58. <https://www.oreateai.com/blog/is-whatsapp-a-social-media-platform-unpacking-the-definition/13a514e407ff8d2c8af3a1033bdaa108>
59. <https://blog.betterimpact.com/en/volunteer-management-software>
60. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15228835.2025.2559342?src=>
61. <https://stackoverflow.com/questions/2751152/what-are-appropriate-ways-to-represent-relationships-between-people-in-a-databas>
62. <https://www.edstellar.com/blog/build-high-impact-peer-learning-networks>
63. <https://www.paradisosolutions.com/blog/best-peer-to-peer-learning-platforms/>
64. <https://dl.designresearchsociety.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1124&context=drs-conference-papers>
65. <https://www.krishtel.com/resources/leveraging-technology-for-building-authentic-relationships>
66. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/15554120251358522>
67. <https://www.linkedin.com/pulse/how-emotional-intelligence-enhances-patient-engagement-nitish-kumar-yy3cf>
68. <https://www.wildnetedge.com/blogs/healthcare-ux-design-creating-patient-first-interfaces-that-work>
69. <https://www.tangledesign.in/post/how-to-design-for-user-autonomy>
70. <https://www.frontiersin.org/journals/human-dynamics/articles/10.3389/fhumd.2025.1519872/full>