

Verliefd, Naïef of Slachtoffer?: Een Kritische discoursanalyse van slachtofferschap van online datingfraude in Nederlandse kranten

Pippa Huijgen

Studentnummer: 557831

Emailadres: 557831ph@eur.nl

Programma: Forensic and Legal Psychology

Faculteit: Erasmus School of Social and Behavioural Sciences

Begeleider: Janneke Schokkenbroek

Tweede beoordelaar: Melissa de Roos

Datum: 23 juni 2026

Aantal woorden: 12107

Abstract

Online datingfraude is een vorm van datingfraude waarbij daders via sociale media een romantische relatie veinzen met het doel slachtoffers financieel uit te buiten. Dit is een zeer lucratieve en schadelijke vorm van cybercriminaliteit. Deze scriptie richt zich op de wijze waarop slachtoffers van online datingfraude worden gepresenteerd in Nederlandse nieuwsberichtgeving. Aan de hand van een kritische discoursanalyse zijn 64 online krantenartikelen uit de periode 2021 tot en met 2026 geanalyseerd, afkomstig uit de meest geabonneerde Nederlandse kranten: De Telegraaf, de Volkskrant, het Algemeen Dagblad, het NRC-handelsblad en Trouw. Hierbij is onderzocht hoe slachtoffers van online datingfraude in nieuwsberichtgeving worden gepresenteerd en welke kenmerken, eigenschappen en kwaliteiten aan hen worden toegeschreven. Uit de analyse zijn vier dominante discourses naar voren gekomen: het discours van irrationele verliefdheid; het discours van genegeerde waarschuwingen en eigen verantwoordelijkheid; het discours van ironie van het slachtofferschap en het discours van sluwe criminaliteit en ernstig slachtofferschap. De resultaten tonen dat slachtoffers enerzijds worden neergezet als doelwit van een sluwe en geraffineerde vorm van criminaliteit. Anderzijds wordt slachtofferschap in de geanalyseerde artikelen geregeld gekoppeld aan irrationaliteit, eigen verantwoordelijkheid en ridiculisering. Op deze manier kunnen media bijdragen aan *victim blaming* en secundaire victimisatie. Dit onderzoek benadrukt daarom het belang van een genuanceerde representatie van slachtoffers van online datingfraude, waarbij niet enkel de gemiste signalen, ongeloofwaardige verhalen of de verliefdheid van het slachtoffer centraal staan, maar ook de geraffineerde werkwijze van daders, de aanwezigheid van dwang en de ernst van de psychologische en financiële schade benoemd worden.

Inhoudsopgave

Abstract	2
Kritische discoursanalyse van slachtofferschap van online datingfraude in Nederlandse kranten	4
<i>Het proces van online datingfraude.....</i>	<i>6</i>
<i>Gevolgen voor slachtoffers</i>	<i>7</i>
<i>Secundaire victimisatie en victim blaming</i>	<i>8</i>
<i>De rol van de media.....</i>	<i>9</i>
<i>Kritische discoursanalyse</i>	<i>10</i>
Methode	12
<i>Dataverzameling en selectie</i>	<i>12</i>
<i>Data-analyse.....</i>	<i>13</i>
Analysekader.....	15
Analyse.....	18
Resultaten	21
<i>Discours van irrationele verliefdheid</i>	<i>21</i>
<i>Discours van genegeerde waarschuwingen en eigen verantwoordelijkheid</i>	<i>23</i>
<i>Discours van ironie van het slachtofferschap.....</i>	<i>27</i>
<i>Discours van sluwe criminaliteit en ernstig slachtofferschap.....</i>	<i>29</i>
Discussie.....	32
<i>Implicaties van discourses in nieuwsberichtgeving</i>	<i>34</i>
<i>Limitaties en suggesties voor vervolgonderzoek</i>	<i>36</i>
<i>Conclusie</i>	<i>37</i>
Literatuur	38
<i>Bijlage 1. Netwerk in Atlas.ti.....</i>	<i>51</i>
<i>Bijlage 2. Overzicht geanalyseerde artikelen</i>	<i>52</i>

Verliefd, Naïef of Slachtoffer?: Een Kritische discoursanalyse van slachtofferschap van online datingfraude in Nederlandse kranten

De opkomst van online datingplatforms en sociale media heeft nieuwe mogelijkheden gecreëerd voor het aangaan van romantische relaties. Sociale contacten verplaatsen zich in toenemende mate naar online omgevingen, waarbij online platforms en datingapps het steeds gemakkelijker maken om nieuwe mensen te ontmoeten en relaties aan te gaan (Castro & Barrada, 2020). Oplichting en fraude blijven hierbij echter niet achter. Uit het Rapport Online Veiligheid en Criminaliteit blijkt dat in 2024 in totaal 2.4 miljoen Nederlanders slachtoffer zijn geworden van een of meer vormen van online criminaliteit (CBS, 2025). Bovendien laten recente cijfers zien dat online criminaliteit is toegenomen: het aandeel Nederlanders van 15 jaar en ouder dat slachtoffer werd van online criminaliteit steeg van 14.8% in 2022 naar 15.7% in 2024, waarbij vooral oplichting en fraude toenam van 7.6% naar 9.4% (CBS, 2025).

Online datingfraude is ook een vorm van online criminaliteit, waarbij daders via sociale media emotionele romantische relaties aangaan met slachtoffers met als doel hen, na het opbouwen van een sterke emotionele band, financieel uit te buiten (Coluccia et al., 2020). De financiële schade die slachtoffers ondervinden door online datingfraude varieert aanzienlijk, desalniettemin bedroeg de totale schade als gevolg van datingfraude in 2023 in Nederland meer dan zeven miljoen euro (CCV, 2024).

Behalve financiële schade, zorgt online datingfraude vaak voor een mentale nasleep bij slachtoffers (Cole, 2024). Zo blijkt uit onderzoek dat de meerderheid van de personen die slachtoffer worden van online criminaliteit, psychologische en emotionele klachten ervaart (Cross et al., 2016). Deze klachten kunnen variëren van verdriet en teleurstelling tot stress en suïcidale neigingen (Leukfeldt et al., 2018; Cole, 2024). Daarbij blijkt uit onderzoek dat slachtoffers door het meemaken van digitale oplichting in een rouwproces kunnen raken (Cross, 2018). Bovendien kunnen het financiële verlies en de eventuele opgedane schulden deze

mentale problematiek verergeren (Wang, 2022).

Naast de financiële en psychologische uitwerkingen, krijgen slachtoffers in veel gevallen ook te maken met maatschappelijke oordelen. Zo wordt slachtofferschap van online datingfraude veelvuldig gekoppeld aan naïviteit, een gebrek aan inschattingsvermogen of zelfs een lage intelligentie (Nataraj-Hansen & Richards, 2023; Whitty, 2018). Dit kan leiden tot *victim blaming*, een fenomeen waarbij impliciet of expliciet de schuld wordt toegeschreven aan het slachtoffer, bijvoorbeeld door dit te koppelen aan risicovol gedrag of onvoldoende oplettendheid (Harber et al., 2015). Dergelijke reacties kunnen gevoelens van schaamte en zelfverwilt versterken en de bereidheid om hulp te zoeken verminderen (Nataraj-Hansen & Richards, 2023). Bovendien kunnen slachtoffers te maken krijgen met secundaire victimisatie: slachtofferschap dat niet rechtstreeks voortvloeit uit het strafbare feit, maar ontstaat door de reacties van instituties en individuen op het slachtoffer (Juli et al., 2023). Zo worden slachtoffers van online criminaliteit vaak niet serieus genomen door de politie, waardoor het slachtoffer opnieuw emotionele of psychologische schade kan oplopen (Leukfeldt et al., 2018). Voorbeelden van deze psychologische gevolgen zijn angst, hulpeloosheid, een laag zelfbeeld, depressie en het verlies van vertrouwen in de medemens (Bilz et al., 2023).

De media speelt een belangrijke rol in het vormgeven van de maatschappelijke percepties rondom slachtofferschap van online datingfraude. Vanuit de framing theorie wordt gesteld dat de media niet alleen informatie overdraagt, maar hierbij ook invloed uitoefent op welke aspecten van een gebeurtenis worden benadrukt en hoe deze worden geïnterpreteerd (Chong & Druckman, 2007). Door het gebruiken van specifieke woordkeuzes en invalshoeken kunnen media bijdragen aan dominante beelden die over slachtofferschap geschetst worden (De Gregorio et al., 2022). Op deze manier hebben media invloed op de publieke attitude ten aanzien van slachtofferschap van online datingfraude, en kunnen zij op deze manier zowel *victim blaming* als secundaire victimisatie versterken of juist verminderen.

Het doel van dit onderzoek is dan ook om een beter beeld te krijgen van de dominante discoursen omtrent slachtofferschap van online datingfraude. De onderzoeksvragen luiden als volgt: “Hoe worden slachtoffers van online datingfraude in nieuwsberichtgeving gepresenteerd?” en “Welke kenmerken, eigenschappen en kwaliteiten worden in nieuwsberichtgeving toegeschreven aan slachtoffers van online datingfraude?”. Op deze manier introduceert dit onderzoek een discours-perspectief op online datingfraude en draagt dit onderzoek bij aan meer inzicht in *victim blaming* en stigma.

Het proces van online datingfraude

Online datingfraude kan worden begrepen als een vorm van fraude waarbij daders via online platforms een valse identiteit aannemen om een romantische relatie met een slachtoffer op te bouwen, met het doel hen financieel uit te buiten (Bilz et al., 2023). Kenmerkend voor deze vorm van fraude is dat slachtoffers niet direct worden gedwongen of technisch worden gehackt, maar geleidelijk worden gemanipuleerd om bepaalde handelingen te verrichten, zoals het delen van persoonlijke informatie of het overmaken van geld (Salahdine & Kaabouch, 2019). Daarmee vormt online datingfraude een duidelijke vorm van *social engineering*: een strategie waarbij daders inspelen op menselijke kwetsbaarheden zoals vertrouwen, empathie, eenzaamheid en emotionele betrokkenheid (Wang et al., 2020).

Om slachtofferschap van online datingfraude te begrijpen, is het van belang om het proces achter deze vorm van fraude te begrijpen. Recent onderzoek van Schokkenbroek en Snaphaan (2025) identificeerde de verschillende fasen die bij online datingfraude (kunnen) worden doorlopen, enkele hiervan zullen hier kort belicht worden. Het proces begint met het creëren van een geloofwaardige nepidentiteit en het benaderen van potentiële slachtoffers. Er wordt vaak gekozen voor het portretteren van een beroemdheid of een ander autoritair persoon (Sorell & Whitty, 2019). De dader kan op deze manier geloofwaardigheid en aantrekkelijkheid creëren (Tan & David, 2013). Na het eerste contact proberen daders de communicatie vaak te

verplaatsen naar een privé platform, om de communicatie af te schermen van platformcontrole en externe observatie (Cross et al., 2018). Het centrale mechanisme binnen online datingfraude is vervolgens het creëren van een vertrouwensband. In de zogenoemde *grooming* fase investeren daders intensief in het opbouwen van vertrouwen en een emotionele band, onder meer door frequent contact, het uiten van romantische gevoelens en het benadrukken van overeenkomsten (Anesa, 2020; Drew & Webster, 2024). Deze fase kan maanden tot zelfs jaren duren, waarbij slachtoffers geleidelijk emotioneel afhankelijk worden gemaakt en soms sociaal geïsoleerd raken (Schokkenbroek & Snaphaan, 2025). Wanneer voldoende vertrouwen is opgebouwd, volgt de zogeheten ‘*sting*’ fase, waarin de daders beginnen met het verzoeken om financiële middelen (Whitty, 2013). Deze verzoeken beginnen vaak met relatief kleine bedragen, maar escaleren geleidelijk naar grotere sommen, veelal onder het voorwendsel van een noodsituatie of een andere dringende omstandigheid, waarbij hulp van het slachtoffer is vereist (Cross, 2020; Wang, 2026; Whitty, 2013; Whitty & Buchanan, 2012). Als slachtoffers weerstand bieden of niet langer kunnen betalen, kunnen daders aanvullende middelen inzetten, zoals chantage of bedreiging (Schokkenbroek & Snaphaan, 2025). In sommige gevallen komt ook sextortion voor: een proces waarbij intieme of seksueel getinte beelden van het slachtoffer worden gebruikt om verdere betalingen af te dwingen (Amirkhani et al., 2024; Anesa, 2020).

Gevolgen voor slachtoffers

Het proces van online datingfraude heeft ingrijpende gevolgen op de slachtoffers. Een belangrijk concept binnen het onderzoek naar online datingfraude is het idee van de double hit: slachtoffers verliezen niet alleen geld, maar ook een romantische relatie waarin zij hebben geïnvesteerd (Bilz et al., 2023; Cross et al., 2018). Hierdoor verschilt online datingfraude van andere vormen van online fraude, waarin het verlies uitsluitend financieel is. Whitty en Buchanan (2016) beschrijven dat slachtoffers hierdoor zowel financiële schade als aanzienlijke stress kunnen ervaren. Ook slachtoffers die uiteindelijk geen geld zijn verloren, kunnen hoge

niveaus van stress rapporteren (Buchanan & Whitty, 2014). Slachtoffers kunnen gevoelens van schaamte, verdriet en boosheid ervaren na het ontdekken van de oplichting (Buchanan & Whitty, 2014; Cole, 2024). Bovendien kan hun gevoel van eigenwaarde, autonomie en vertrouwen ernstig worden aangetast (van Wingerden, 2009). De financiële schade varieert enorm maar kan oplopen tot tienduizenden euro's of meer (Cole, 2024). In sommige gevallen verkopen slachtoffers bezittingen of gaan zij leningen aan om geld over te maken, omdat zij geloven dat zij hun partner tijdelijk financieel bij moeten staan (van Wingerden, 2009).

Daarnaast kunnen de gevolgen van online datingfraude zich lichamelijk en sociaal uiten. Door de stress en emotionele impact van de fraude kunnen slachtoffers klachten ervaren als slaapproblemen, misselijkheid, gewichtsverlies of veranderingen in eetgedrag (Aborisade et al., 2024; Chuang, 2021; Cross et al., 2016). Bovendien kunnen slachtoffers moeite krijgen met het vertrouwen van anderen, zich terugtrekken uit sociale situaties of datingplatforms vermijden uit angst om opnieuw slachtoffer te worden (Cole, 2024; Coluccia et al., 2020; Herrera, 2025). Bestaande relaties kunnen eveneens onder druk komen te staan, bijvoorbeeld wanneer familieleden en vrienden het moeilijk vinden om te begrijpen hoe het slachtoffer in de fraude verzeild is geraakt of hier geen begrip voor tonen (Wang, 2022).

Secundaire victimisatie en *victim blaming*

Negatieve reacties beperken zich vaak niet tot de directe sociale omgeving, maar zijn ook breder zichtbaar in maatschappelijke opvattingen over slachtofferschap van online datingfraude en kunnen secundaire victimisatie in de hand werken (Whitty & Buchanan, 2016). Secundaire victimisatie betreft de schade die slachtoffers ervaren als gevolg van negatieve reacties vanuit de sociale omgeving, de media of instituties als politie of de rechtbank (Mendonça et al., 2016). Waar primaire victimisatie ontstaat door de fraude zelf, ontstaat secundaire victimisatie wanneer slachtoffers geconfronteerd worden met de bagatellisering van hun ervaringen (Goswami, 2021). Voor slachtoffers van online datingfraude is de kans op

secundaire victimisatie groot (Leukfeldt et al., 2018). Veel reacties uit de omgeving zijn negatief. Zo gaat slachtofferschap vaak gepaard met schaamte, gevoelens van schuld en een verminderd vertrouwen (Chuang, 2021). Secundaire victimisatie kan een remmend effect hebben op het zoeken van hulp en het doen van aangifte (Cross, 2023). Slachtoffers kunnen bovendien terughoudend worden in het delen van hun verhaal uit angst voor negatieve oordelen (Nataraj-Hansen & Richards, 2023).

De neiging om slachtoffers negatief te evalueren of verantwoordelijk te houden voor hun slachtofferschap kan mede verklaard worden vanuit de victim precipitation theorie van Wolfgang (1957). Deze theorie, stelt dat niet slechts de dader schuld draagt bij een criminele daad. Bij een delict zouden slachtoffers, door zich op een bepaalde manier te gedragen of door het bezitten van bepaalde karaktereigenschappen, de dader uitlokken tot het begaan van criminaliteit tegen hen. Criminaliteit wordt in dit opzicht gezien als een proces waarin beide partijen een aandeel hebben (Lasky, 2019). In dergelijke benaderingen verschuift de focus in principe van het handelen van de dader naar de kenmerken van het slachtoffer. Dit perspectief op slachtofferschap kan leiden tot situaties waarbij het slachtoffer de schuld krijgt van zijn of haar eigen slachtofferschap, ook wel *victim blaming* genoemd (Dhanani et al., 2020; Harber et al., 2015).

De rol van de media

Omdat secundaire victimisatie en *victim blaming* mede worden beïnvloed door maatschappelijke opvattingen over slachtofferschap, is het relevant om te onderzoeken welke rol de media speelt in het vormen van deze opvattingen. Vanuit de framing theorie van Goffman (1974) wordt gesteld dat de media niet alleen informatie overdraagt, maar hierbij ook invloed uitoefent op welke aspecten van een gebeurtenis worden benadrukt en hoe deze worden geïnterpreteerd (Chong & Druckman, 2007). Door middel van selectie en nadruk plaatsen media bepaalde gebeurtenissen binnen specifieke frames, ofwel betekenisframes, waardoor zij

richting geven aan de wijze waarop het publiek deze informatie begrijpt en verwerkt. Frames fungeren hierbij als structuren die complexe informatie vereenvoudigen (Scheufele, 1999). Door het gebruiken van specifieke woordkeuzes en invalshoeken kunnen media bijdragen aan dominante beelden die over slachtofferschap geschetst worden (De Gregorio et al., 2022). Hierbij kan bijvoorbeeld de nadruk liggen op persoonlijke kenmerken van het slachtoffer of juist de handelingen van de dader. Deze invalshoeken zijn zelden neutraal en beïnvloeden de betekenis van het bericht (Entman, 1993). Zo laten Mastrorocco en Minale (2018) bijvoorbeeld zien dat blootstelling aan nieuws met veel nadruk op criminaliteit leidt tot meer zorgen over criminaliteit en andersom. Media hebben dan ook invloed op de publieke attitude ten aanzien van slachtofferschap van online datingfraude, en kunnen *victim blaming* versterken of juist verminderen.

Kritische discoursanalyse

Hoewel *victim blaming* en secundaire victimisatie binnen het domein van online datingfraude als problematisch worden erkend, ontbreekt het aan een systematische analyse van hoe slachtoffers in nieuwsmedia worden gepresenteerd. Dit vormt een belangrijke lacune, gezien mediaberichtgeving een belangrijke rol speelt in het vormgeven van maatschappelijke betekenissen en oordelen (Buyens & Van Aelst, 2021). Het huidige onderzoek heeft dan ook als doel om een diepgaander inzicht te verkrijgen in de representatie van slachtofferschap van online datingfraude in de media. Dit zal worden gedaan door middel van een kritische discoursanalyse, waarbij de focus ligt op het blootleggen van dominante discourses rondom slachtofferschap van online datingfraude. Het gaat er hierbij niet zozeer om wat er feitelijk is gebeurd, maar om de context en nadruk van de tekst waarin dit beschreven wordt (Bryman, 2016). Het analyseren van deze discursieve patronen is relevant omdat het inzicht biedt in de wijze waarop mediaberichtgeving slachtoffers representeert en hoe deze representaties mogelijk bijdragen aan processen van *victim blaming* en secundaire victimisatie. Het

verminderen van victim blaming en secundaire victimisatie is van groot belang, gezien dit kan bijdragen aan een grotere bereidheid van slachtoffers om hun ervaringen te delen en aangifte te doen (Cross, 2023). Bovendien kan een genuanceerde en evenwichtige berichtgeving bijdragen aan een verhoogd bewustzijn, wat het vroegtijdig herkennen en mogelijk voorkomen van online datingfraude kan bevorderen (Coluccia et al., 2020).

Binnen de kritische discoursanalyse wordt in de huidige studie de discours-historische benadering gehanteerd. Binnen deze benadering worden immanente, socia-diagnostische en prospectieve kritiek toegepast om zowel de tekstuele representatie, als de bredere maatschappelijke betekenis en implicaties van de discourses te analyseren (Reisigl & Wodak, 2009). In de methode zal verder worden toegelicht hoe de discours-historische benadering binnen deze studie is ingericht. Zodoende zullen Nederlandse krantenartikelen worden geanalyseerd aan de hand van de volgende onderzoeksvragen: “Hoe worden slachtoffers van online datingfraude in nieuwsberichtgeving gepresenteerd?” en “Welke kenmerken, eigenschappen en kwaliteiten worden in nieuwsberichtgeving toegeschreven aan slachtoffers van online datingfraude?”. Na het toelichten van de onderzoeksmethode zullen in de resultaten de discourses die tijdens de analyse zijn blootgelegd aan bod komen. Vervolgens worden in de discussie de implicaties van de verschillende discourses en de suggesties voor vervolgonderzoek besproken, waarna wordt afgesloten met de belangrijkste conclusies van het onderzoek.

Methode

Dit onderzoek is kwalitatief van aard. Kwalitatief onderzoek biedt de mogelijkheid om het gedrag, de ervaringen, interacties en sociale context te onderzoeken, zonder gebruik te maken van statistische procedures (Fossey et al., 2002). Specifiek wordt in dit onderzoek een kritische discoursanalyse uitgevoerd om inzicht te krijgen in de nieuwsberichtgeving over slachtoffers van online datingfraude (Fairclough, 2007). Een discours kan worden omschreven als een specifieke wijze om over de wereld te spreken en deze te begrijpen (Jørgensen & Phillips, 2002). Bij een discoursanalyse ligt de focus niet zozeer op wat er feitelijk is gebeurd, maar op de context en nadruk van de tekst (Bryman, 2016). Dit sluit aan bij het idee dat taal constructief is en zo een bepaalde visie op de sociale realiteit kan construeren. Een discoursanalyse is een passende onderzoeksmethode, daar het doel van dit onderzoek is om vast te stellen welke dominante discourses naar voren komen in de berichtgeving over slachtoffers van online datingfraude. De focus ligt hierbij op de manier waarop slachtoffers en hun verhaal worden geportretteerd in de geselecteerde nieuwsmedia.

Dataverzameling en selectie

De data bestonden uit nieuwsartikelen die zijn verzameld uit de periode 2021 tot en met 2026 en afkomstig zijn uit de vijf Nederlandse kranten met de meeste abonnees, namelijk: De Telegraaf, de Volkskrant, het Algemeen Dagblad, het NRC Handelsblad en Trouw. Er is gekozen om landelijke kranten te gebruiken omdat deze kranten een groter bereik hebben dan regionale kranten en hiermee een grotere impact uitoefenen op het slachtoffer. Er is daarnaast gekozen om uitsluitend online krantenartikelen te analyseren. Een belangrijke overweging hierbij is de volledigheid van de data. Zo wordt het merendeel van de artikelen dat in de gedrukte editie verschijnt, eveneens online gepubliceerd, terwijl niet alle online publicaties noodzakelijkerwijs in de papieren editie worden opgenomen. Door de online edities als uitgangspunt te nemen, wordt een zo volledig mogelijke dataset gewaarborgd. Daarnaast

speelden praktische overwegingen een rol, zoals de toegankelijkheid van online krantenartikelen. Voor sommige kranten kon op basis van een aantoonbare studentenstatus gratis een abonnement worden afgesloten en voor andere kranten moest betaald een abonnement worden afgesloten. Hiernaast speelt de grote impact van online kranten een rol. Zo zouden online artikelen, mede doordat zij veelvuldig online gedeeld kunnen worden, een grotere invloed uitoefenen op de maatschappij dan fysieke kranten (De Kimpe et al., 2017).

De artikelen zijn verzameld via de websites van de verschillende kranten. Hierbij zijn verschillende zoektermen ingegeven. Zo is er gezocht op de termen: ‘romance scam’, ‘liefdesfraude’, ‘datingfraude’, ‘online datingfraude’, ‘liefdesoplichting’ en ‘catfish’. Deze zoekopdrachten leverde een totaal aan 98 verschillende nieuwsartikelen op. Vervolgens zijn deze artikelen gefilterd op basis van één inclusiecriteria, namelijk of in het betreffende artikel het slachtofferschap van online datingfraude besproken wordt. Dit resulteerde in een selectie van 64 artikelen. Het aantal geselecteerde artikelen per krant is weergegeven in tabel 1.

Tabel 1

Geselecteerde artikelen per Nederlandse krant

Krant	Aantal artikelen
De Telegraaf	28
Het Algemeen Dagblad	4
De Volkskrant	20
Trouw	2
Het NRC-handelsblad	10

Data-analyse

De analyse is uitgevoerd in meerdere fasen van een iteratief proces, waarbij de discours-historische benadering van Reisigl en Wodak (2001) met drie verschillende vormen van kritiek centraal staat. Primair ligt de focus op de immanente kritiek (1), waarin wordt geanalyseerd hoe het onderzochte fenomeen tekstueel wordt gerepresenteerd (Reisigl & Wodak, 2009). In het

huidige onderzoek betreft dit de representatie van slachtoffers van online datingfraude in nieuwsberichten. Vervolgens wordt de socio-diagnostische kritiek (2) toegepast, waarbij deze interpretaties worden geïnterpreteerd in relatie tot bredere maatschappelijke opvattingen en ideologieën. Tot slot wordt de prospectieve kritiek (3) belicht, waarin wordt gereflecteerd op de implicaties van deze discoursen en op mogelijke alternatieve manieren van representeren die kunnen bijdragen aan een meer genuanceerde weergave van slachtoffers (Reisigl & Wodak, 2009).

Om de drie vormen van kritiek binnen de discours-historische benadering te verduidelijken, is in tabel 2 een voorbeeld uitgewerkt aan de hand van een hypothetisch onderzoek naar berichtgeving over migratie. Dit voorbeeld laat zien hoe immanente, socio-diagnostische en prospectieve kritiek verschillende invalshoeken belichten. De tabel dient uitsluitend ter illustratie van de methodologische benadering en heeft verder geen inhoudelijk verband met het onderzoek naar slachtofferschap van online datingfraude.

Tabel 2*Illustratie van de drie kritieken*

Vorm van kritiek	Illustratie aan de hand berichtgeving over migratie
Fase 1. Immanente kritiek	Er wordt gekeken hoe migranten tekstueel worden gerepresenteerd, bijvoorbeeld door herhaalde associaties met overlast, druk op voorzieningen of culturele verschillen. De focus ligt hierbij op taalgebruik, woordkeuzes en terugkerende beschrijvingen.
Fase 2. Socio-diagnostische kritiek	De representatie van migranten wordt geïnterpreteerd binnen bredere maatschappelijke opvattingen over migratie, integratie en sociale ongelijkheid. Hierbij wordt onderzocht hoe deze representaties verklaard kunnen worden en samenhangen met ideeën zoals het wij-zij-denken.
Fase 3. Prospectieve kritiek	Er wordt gereflecteerd op hoe bepaalde vormen van berichtgeving stereotypering, uitsluiting of polarisatie kunnen versterken, en hoe alternatieve representaties kunnen bijdragen aan meer genuanceerde en minder stigmatiserende manieren van verslaglegging.

Analysekader

Er bestaat geen vastomlijnde methodologie binnen de (historische) kritische discoursanalyse. Zoals Lazar (2007) betoogt, is het niet alleen mogelijk maar ook waardevol om analytische instrumenten uit verschillende discursief- analytische benaderingen te combineren bij het analyseren van tekstuele data. Op deze manier kan een analysekader worden ontwikkeld dat optimaal aansluit bij de aard van de onderzochte teksten.

Voor het opstellen van het analysekader zijn dan ook verschillende methoden samengevoegd. Zo is onder andere gebruik gemaakt van het raamwerk van de representatie van sociale actoren van van Leeuwen (2008). Van Leeuwen presenteert een uitgebreid analytisch raamwerk, waarin uiteenlopende manieren worden beschreven waarop sociale actoren

discursief kunnen worden gerepresenteerd. Omdat dit onderzoek zich richt op de representatie van slachtoffers van online datingfraude, zijn categorieën geselecteerd die inzicht bieden in de manier waarop slachtoffers in nieuwsberichten worden beschreven, welke mate van verantwoordelijkheid aan hen wordt toegekend en in hoeverre zij persoonlijk of onpersoonlijk worden weergegeven. Daarnaast zijn concepten ontleend aan aanvullende benaderingen die aansluiten bij de analyse van slachtofferschap van online datingfraude. Zo is gebruikgemaakt van inzichten over *appraisal* van Martin en White (2005), om te kunnen analyseren hoe slachtoffers op een evaluatieve manier worden beschreven. Ook zijn de titels van de artikelen opgenomen in het analysekader, omdat koppen binnen nieuwsberichtgeving een belangrijke rol spelen in de eerste interpretatie van een bericht (Kuiken et al., 2017). Op basis van deze theoretische uitgangspunten is een analysekader opgesteld dat bestaat uit vier categorieën: titels, activatie en passivatie, personalisatie en impersonalisatie en *appraisal*. Deze categorieën zullen één voor één worden toegelicht.

Titels

De titels van de nieuwsartikelen worden als eerste geanalyseerd. Deze koppen vormen enerzijds een handig instrument om de data te structureren. Anderzijds zijn de koppen het meest prominente element van nieuwsberichtgeving. Zonder een trekkende titel zullen veel artikelen niet worden gelezen (Kuiken et al., 2017). Dit benadrukt dat koppen een cruciale rol spelen in het lezersbereik van kranten.

Activatie en passivatie

De categorie activatie en passivatie biedt de mogelijkheid om te onderzoeken of de slachtoffers van online datingfraude op een actieve of passieve wijze worden beschreven (van Leeuwen, 2008). Ter illustratie kan buiten de context van online datingfraude worden gedacht aan het verschil tussen: ‘De asielzoekers reizen naar Nederland af’ (actief) versus ‘De asielzoekers zijn naar Nederland overgebracht’ (passief). Bij een actieve representatie wordt

benadrukt dat de sociale actor zelf een handeling uitvoert en daarmee een zekere mate van controle of handelingsvermogen heeft. Bij een passieve representatie wordt daarentegen geaccentueerd dat de sociale actor een handeling ondergaat of wordt beïnvloed door het handelen van anderen. Binnen dit onderzoek maakt dit onderscheid het mogelijk om te analyseren in hoeverre slachtoffers van online datingfraude als handelend worden gepresenteerd, of juist als personen die worden getroffen door het handelen van de dader. Daarmee kan ook worden onderzocht in hoeverre de verantwoordelijkheid bij het slachtoffer wordt gelegd.

Personalisatie en impersonalisatie

Sociale actoren kunnen zowel persoonlijk als onpersoonlijk gepresenteerd worden (van Leeuwen, 2008). Zo kan in nieuwsberichtgeving worden verwezen naar een individu, bijvoorbeeld ‘een vrouw die via een datingapp werd opgelicht’ maar ook meer abstracte aanduidingen zoals ‘slachtoffers van online datingfraude’ of ‘fraudegevallen’. In het laatste geval is sprake van een onpersoonlijke representatie. Daarnaast kunnen sociale actoren worden weergegeven door middel van abstractie, waarbij zij worden gereduceerd tot eigenschappen die aan hen worden toegeschreven zoals ‘kwetsbaarheid’ of ‘goedgelovigheid’. Ook kan sprake zijn van objectivering, waarbij niet de persoon, maar bijvoorbeeld het proces of de uitkomst centraal staat. Deze vormen van onpersoonlijke representatie kunnen leiden tot dehumanisering, waarbij de nadruk verschuift van de individuele ervaringen van het slachtoffer, naar abstracte categorieën of gevolgen (van Leeuwen, 2008; Tileagă, 2010).

Appraisalment

Sociale actoren kunnen ook worden beschreven in evaluatieve termen. Voor deze vorm van representatie wordt de term *appraisalment* gebruikt. Hiervan is sprake wanneer sociale actoren worden aangeduid op een manier die hen beoordeelt of waardeert, bijvoorbeeld als positief of negatief, rationeel of irrationeel en sterk of kwetsbaar (Martin & White, 2005). Ter

illustratie kan buiten de context van online datingfraude worden gedacht aan het verschil tussen ‘kritische omwonenden’ en ‘lastige omwonenden’, waarbij beide aanduidingen een andere evaluatieve lading geven aan dezelfde groep. Deze categorie is gekozen omdat zo inzicht kan worden verkregen in de mate waarop slachtoffers op een impliciete of expliciete wijze worden beoordeeld en in hoeverre dergelijke evaluaties bijdragen aan bijvoorbeeld *victim blaming* of juist aan het legitimeren van het slachtofferschap.

Analyse

De data-analyse is gestart met de fase van immanente kritiek. Hierin zijn de nieuwsartikelen eerst grondig doorgenomen, waarna de tekst per artikel in atlas.ti is geïmporteerd. Er is gekozen voor een combinatie van een deductieve en inductieve benadering, waarbij eerst thematisch en vervolgens open is gecodeerd, dit wordt ook wel hybride coderen genoemd (Kaur et al., 2025).

De deductieve benadering biedt in eerste instantie een efficiënte manier om data te analyseren en te beoordelen in hoeverre terugkerende elementen uit het opgestelde raamwerk relevant zijn voor de onderzoeksvraag (Verhoeven, 2011). De inductieve aanpak stelt de onderzoeker vervolgens in staat om de data opnieuw en zonder vooraf vastgestelde aannames nog eens te benaderen, waardoor nieuwe inzichten geïdentificeerd kunnen worden (Birks & Mills, 2015). Door zowel open, als thematisch te coderen, kunnen beide benaderingen elkaar aanvullen en zo een meer diepgaande analyse realiseren (Fereday & Muir-Cochrane, 2006).

De thematische codes zijn gebaseerd op de gekozen categorieën voor het representeren van sociale actoren. Voorbeelden van gebruikte codes zijn ‘geactiveerd slachtoffer’ en ‘negatieve evaluatie slachtoffer: naïef’. De opencodes liggen zo dicht mogelijk op de tekst, waardoor de interpretatie zo veel mogelijk in lijn is met de oorspronkelijke betekenis van de tekst (Evers, 2015). Een voorbeeld van een opencode is: ‘Als je verliefd bent, ben je kwetsbaar’. Het proces van coderen is vervolgens herhaald om de initiële beoordeling van de gecodeerde

artikelen te controleren. Waar nodig werden eventuele toevoegingen of aanpassingen gedaan aan de gecodeerde teksten. Het uitvoeren van een vervolgfase maakte een meer systematische en nauwkeurige analyse mogelijk. Tijdens het codeerproces is gebruik gemaakt van memo's. Op deze manier kunnen gedachten en reflecties worden vastgelegd. Dit kan het proces overzichtelijk houden en zorgen dat belangrijke inzichten niet vergeten worden (Frieze, 2019).

Vervolgens zijn de uitkomsten geanalyseerd door te zoeken naar overeenkomsten en patronen in de data. Dit is gedaan in Atlas.ti aan de hand van patrooncoderen. Deze techniek maakt het mogelijk om onderliggende structuren en terugkerende patronen in de codes te identificeren (Evers, 2015). Hierbij zijn in eerste instantie de relevante codes verzameld en samengevoegd tot codegroepen. Hieruit zijn verschillende groepen ontstaan zoals 'verliefdheid' en 'slachtoffer negeert signalen uit omgeving'. Op deze manier wordt er inzicht in de data gecreëerd. Na het vormen van de codegroepen, is overgegaan tot het construeren van netwerken. Hierbij zijn in Atlas.ti verbanden tussen de verschillende codegroepen gevormd. Voorbeelden van gebruikte verbanden zijn: 'is geassocieerd met' en 'is in strijd met'. Door het samenvoegen en verbinden van verschillende codegroepen konden bredere patronen worden geïdentificeerd, waaruit uiteindelijk de verschillende discoursen zijn afgeleid. Tot slot zijn van de relevante codegroepen rapporten uitgedraaid, zodat de gevonden discoursen systematisch en overzichtelijk kunnen worden beschreven in de resultaten.

Na het afronden van de fase van immanente kritiek, wordt Wodaks tweede vorm van kritiek belicht: de socio-diagnostische kritiek. Hierbij is gereflecteerd op welke mogelijke historische, sociale of culturele factoren de dominante discoursen hebben beïnvloed, en is relevante literatuur geraadpleegd om deze bevindingen te verklaren. De socio-diagnostische en immanente kritiek zijn geïntegreerd en worden per discours gezamenlijk besproken.

Tot slot wordt de laatste fase van Wodaks discours-historische benadering, de prospectieve kritiek uitgevoerd. In deze fase zijn de inzichten die uit de data naar voren kwamen

gebruikt om aanbevelingen te doen voor betere verslaggeving. Er is gekozen om deze fase in de discussie te belichten, gezien hier doorgaans aanbevelingen worden geformuleerd.

Resultaten

De discoursanalyse heeft vier discourses blootgelegd: het discours van irrationele verliefdheid; het discours van genegeerde waarschuwingen en eigen verantwoordelijkheid; het discours van ironie van het slachtofferschap; en het discours van sluwe criminaliteit en ernstig slachtofferschap. Vanuit de discours-historische benadering worden de discourses besproken aan de hand van de immanente kritiek en de socio-diagnostische kritiek. Deze twee kritiekvormen zijn in de beschrijving van de resultaten geïntegreerd tot één geheel waarin de beschreven discourses op tekstueel niveau worden geïnterpreteerd en waarbij deze interpretaties worden bekeken in relatie tot bredere maatschappelijke opvattingen en ideologieën.

Discours van irrationele verliefdheid

Binnen de geanalyseerde nieuwsartikelen komt een discours naar voren, waarin slachtoffers worden geconstrueerd als hopeloos verliefd op de oplichter. Binnen dit narratief wordt beschreven dat slachtoffers sterk worden beïnvloed in hun besluitvorming door deze verliefdheid. Dit zou zoveel invloed hebben dat rationele besluitvorming als onmogelijk wordt neergezet. Verliefdheid lijkt binnen dit discours te fungeren als een centrale verklaringsfactor voor het handelen van slachtoffers. Deze constructie komt op verschillende manieren tot uiting.

Aanvankelijk valt op dat slachtoffers veelvuldig worden geïntroduceerd vanuit hun verlangen naar liefde of een relatie. Zo worden zij beschreven als personen “die op zoek zijn naar een relatie (Het Algemeen Dagblad, 27 januari 2026), “smachtend naar een relatie” (Het Algemeen Dagblad, 13 november 2024) of voor wie “er nog een ding ontbreekt ... een geliefde” (Het Algemeen Dagblad, 5 oktober 2025). Slachtoffers lijken hiermee te worden gereduceerd tot één kenmerk, namelijk opzoek naar liefde.

Naast dit verlangen naar liefde wordt ook de intensiteit van de verliefdheid zelf benadrukt. Zo worden slachtoffers in de artikelen frequent beschreven in termen van intense

emotionele betrokkenheid. Wanneer er over slachtoffers gesproken wordt, worden termen gebruikt als “smoorverliefd” (De Telegraaf, 6 april 2025), “tot over haar oren verliefd” (Het Algemeen Dagblad, 7 april 2025) en “hevig verliefd” (De Volkskrant, 8 april 2025). Ook wordt deze verliefdheid gekoppeld aan goedgelovigheid. Zo wordt gesteld dat: “Wie verliefd is, is geneigd alles te geloven.” (De Volkskrant, 11 september 2025). Tevens wordt meermaals benoemd dat we de mensen die dit overkomen niet als dom moeten bestempelen, maar als verliefd. Dit lijkt te impliceren dat er overlappende kenmerken bestaan tussen verliefd en dom zijn: “Mensen die dit overkomt zijn verliefd, niet dom” (De Telegraaf, 6 april 2025). Verliefdheid lijkt binnen dit discours naar voren te komen als een verkapte term voor goedgelovigheid of naïviteit.

Deze representatie wordt verder versterkt door het gebruik van generaliserende uitspraken over liefde zoals: “Liefde maakt blind” (De Telegraaf, 7 februari 2025) en “Laat de liefde u niet verblinden” (de Telegraaf, 5 juli 2024). Dergelijke formuleringen plaatsen verliefdheid binnen een breder principe waarin verliefdheid wordt geassocieerd met irrationaliteit. Er lijkt zo een duidelijke tegenstelling te worden gecreëerd tussen emotie en rationaliteit, waarbij slachtoffers worden gepositioneerd als handelend vanuit emotie: “Slachtoffers krijgen niet de kans om rationeel na te denken, ze zijn natuurlijk verliefd” (De Telegraaf, 6 april 2025). Slachtoffers lijken hierdoor af te wijken van een impliciete norm van rationeel handelen.

Deze tegenstelling, tussen emotie en rationaliteit, zoals die in de berichtgeving naar voren komt, sluit aan bij hierover bestaande bredere maatschappelijke opvattingen. Binnen de sociologie wordt deze tegenstelling beschreven als de dichotomie van emotie en rationaliteit, wat verwijst naar rationaliteit en emotie als elkaar uitsluitende categorieën van handelen (Illouz & Finkelmann, 2009; van Stichel, 2020). Ook in de literatuur over verliefdheid komt deze tegenstelling terug: verliefdheid wordt niet alleen geassocieerd met irrationaliteit in denken en

handelen (Hindriks, 2015; Ortiz-Millán, 2007), maar ook met kwetsbaarheid. Dit laatste komt eveneens terug in de geanalyseerde nieuwsartikelen: “Als je verliefd bent, ben je kwetsbaar. Dan wil je het goede zien in iemand.” (De Telegraaf, 2 maart 2026).

Bovendien blijkt uit meerdere opvattingen dat men het als wenselijk ziet om beslissingen rationeel te nemen en deze uitgebreid te overwegen. Een voorbeeld hiervan is terug te zien in de theorie van Kahneman (2011), waarin onderscheid wordt gemaakt tussen twee vormen van denken. Snelle, intuïtieve en grotendeels automatische denkprocessen worden aangeduid als systeem één denken, terwijl langzamere, analytische en bewuste denkprocessen worden aangeduid als systeem twee denken. Beslissingen gebaseerd op sterke verliefdheid worden in het merendeel van de gevallen onder ‘systeem één’ denken gekaderd, een manier van denken die volgens Kahneman (2011) niet de overhand zou moeten hebben. Zo zouden cognitieve biases ontstaan wanneer de menselijke gedachtegang wordt gedomineerd door snelle intuïtieve denkprocessen en er onvoldoende wordt gecorrigeerd door langzamere analytische processen (Kahneman, 2011). Een voorbeeld hiervan blijkt uit onderzoek dat aantoonde dat verliefde partners geneigd zijn hun partner te idealiseren en negatieve informatie te minimaliseren, een fenomeen dat bekend staat als de *positivity bias* (Mizrahi et al., 2022; Murray et al., 1996).

Het geschetste contrast tussen rationaliteit en verliefdheid suggereert dat het slachtofferschap in zekere mate voortkomt uit hun eigen handelen of eigenschappen. Slachtoffers lijken op deze manier te worden neergezet als slachtoffers van hun eigen emotie, en niet zozeer van de dader.

Discours van genegeerde waarschuwingen en eigen verantwoordelijkheid

Een ander discours dat sterk naar voren komt uit de analyse is dat van de genegeerde waarschuwingen en eigen verantwoordelijkheid van het slachtoffer. Dit discours bestaat uit twee samenhangende lagen: enerzijds wordt benadrukt dat slachtoffers herhaaldelijk

waarschuwingen hebben genegeerd, en anderzijds worden zij op tekstueel niveau gepositioneerd als (mede)verantwoordelijk voor hun eigen slachtofferschap.

Zo wordt in meerdere artikelen benoemd dat slachtoffers signalen van oplichting hebben gemist. Er wordt bovendien vaak gebruik gemaakt van de term *red flags*: “Het slachtoffer, verblind door liefde en luchtkastelen, negeert de red flags en doet wat de oplichter vraagt.” (de Volkskrant, 8 april 2025). Met de term *red flags*, ofwel rode vlaggen, wordt verwezen naar duidelijke waarschuwingssignalen die kunnen wijzen op fraude of misleiding, iets dat suggereert dat iets overduidelijk niet in de haak is (van Dale, 2026). Bovendien wordt benoemd dat slachtoffers tijdens het proces al doorhadden dat er dingen niet klopte maar hier niet aan toe wilden geven: “Diep in zijn hart wist de zestiger allang dat hij in een fuik was getrapt” (De Telegraaf, 10 december 2024).

Naast het zelf negeren van signalen van mogelijke oplichting wordt in meerdere artikelen benoemd dat slachtoffers waarschuwingen uit hun omgeving niet in acht hebben genomen. Zo zouden meerdere slachtoffers waarschuwingen vanuit hun familie hebben genegeerd en hier achteraf spijt van hebben. Zo ook in de zaak van Anton Grimm die bleek te zijn opgelicht door een vrouw die zich als Oekraïense soldate voordeed: “Ook voelt hij zich stom dat hij er is ingetuind. Vrienden en familie waarschuwden hem al. Waarom heeft hij die raad niet opgevolgd?” (Trouw, 4 maart 2024). In een ander artikel wordt beschreven hoe een slachtoffer, ondanks waarschuwingen van zijn kinderen en concrete suggesties om de echtheid van de persoon te controleren, toch doorgaat met het overmaken van geld. In weer andere gevallen wordt beschreven hoe kritiek uit de omgeving zelfs tot conflict en isolatie leidt, waarbij het slachtoffer ervoor kiest om de vermeende partner te geloven boven de familieleden.

Tot slot wordt in verschillende nieuwsartikelen beschreven hoe slachtoffers worden gewaarschuwd door de bank. Deze waarschuwingen leiden volgens de artikelen echter bijna nooit tot inkeer van het slachtoffer. Een bankmedewerker vertelde: “Hoewel wij klanten

hiervoor actief waarschuwen, zijn slachtoffers vaak zo in de ban van de ander dat hij of zij het niet gelooft als de bank zegt dat hun online 'geliefde' helemaal niet bestaat, maar een oplichter is" (De Telegraaf, 19 december 2023).

Naast de frequente benoeming van het negeren van signalen door slachtoffers, wordt het slachtoffer op tekstueel niveau als (mede)verantwoordelijk gepositioneerd. Een belangrijk Element hierbij is het activeren van het slachtoffer. Dit gebeurt veelvuldig in de geanalyseerde artikelen. Hierbij wordt het slachtoffer als actief handelende actor in een zin geplaatst, waardoor de verantwoordelijkheid op impliciete wijze bij het slachtoffer wordt neergelegd. Zo worden werkwoordvormen als 'maakte over', 'stuurde geld' en 'trapte erin' gebruikt. Een voorbeeld is te zien in de zaak van de vrouw die werd opgelicht door iemand die zich voordeed als Brad Pitt: "De vrouw blies haar huwelijk op, zo verliefd was ze op 'Pitt', en maakte 830.000 euro naar hem over zodat hij behandeld kon worden" (De Telegraaf, 19 september, 2025). Bovendien wordt ook op een meer expliciete manier de verantwoordelijkheid bij slachtoffers neergelegd, bijvoorbeeld in artikelen waarin de rol van de bank in het fraudeproces wordt beschreven: "Er wordt ook gewezen op eigen verantwoordelijkheid. Zo had Charlotte, onder druk van de oplichter met wie zij een relatie had, haar creditcard en pincodes afgegeven." (De Telegraaf, 14 september 2023).

Een tweede manier waarmee op eigen verantwoordelijkheid wordt ingespeeld lijkt via een soort hypocrisie-framing die samenhangt met de eerdergenoemde waarschuwingen van de bank. Zo wordt in verschillende artikelen beschreven dat slachtoffers, nadat zij door de bank zijn gewaarschuwd voor mogelijke fraude, de geleden schade alsnog op de bank proberen te verhalen. Zo wordt door de woordvoerder van de fraude afdeling van een bank gesteld: "Ook deze klant was gewaarschuwd door de fraude-afdeling dat er zeer waarschijnlijk sprake was van oplichters, maar dat signaal werd in de wind geslagen. Weken later belde de klant terug om melding te maken van oplichting" (Het Algemeen Dagblad, 14 januari 2025). Verschillende

artikelen presenteren de situatie op een manier die suggereert dat slachtoffers de verantwoordelijkheid voor de geleden schade bij de bank plaatsen: “De gedupeerde man probeert vervolgens zijn inleg terug te krijgen van zijn bank, de Rabobank. Die had hem beter moeten beschermen, vindt hij” (De Telegraaf, 2 december 2021).

In deze representatie lijkt een soort spanning aanwezig tussen enerzijds het negeren van waarschuwingen van de bank en anderzijds het achteraf zoeken van hulp bij diezelfde instantie of het aanspreken op haar verantwoordelijkheid. Deze gedragingen lijken discursief als hypocriet te worden geschetst. Hypocrisie wordt beschreven als het hanteren van een dubbele moraal, waarbij vergelijkbare handelingen verschillend worden beoordeeld afhankelijk van wie deze uitvoert (Alicke et al., 2013). In de geanalyseerde teksten kan een dergelijke dubbele moraal worden waargenomen. Enerzijds wordt hun eigen handelen door de slachtoffers zelf gelegitimeerd, bijvoorbeeld door het afwijzen van waarschuwingen van de bank, die op dat moment als onterecht of onnodig worden gezien. Anderzijds wordt, wanneer de fraude aan het licht komt, het handelen van de bank juist bekritiseerd en als onvoldoende beoordeeld, waarbij wordt gesteld dat de bank het slachtoffer beter had moeten beschermen. Omdat hypocrisie doorgaans als negatief wordt beoordeeld en samenhangt met verminderde sympathie, waardering en vertrouwen, kan deze representatie de geloofwaardigheid van het slachtoffer ondermijnen en sociale afkeuring oproepen (Barden et al., 2005; Isserow & Klein, 2017; Jordan et al., 2017; Laurent & Clark, 2019).

Dit discours, waarbij slachtoffers worden gepositioneerd als (mede)verantwoordelijk voor hun eigen slachtofferschap, kan worden geïnterpreteerd binnen de *just-world* hypothese, waarin individuele keuzevrijheid en verantwoordelijkheid centraal staan (Lerner, 1980). Volgens deze theorie hebben mensen de neiging om te geloven dat de wereld rechtvaardig is en dat personen krijgen wat zij verdienen (Aguiar et al., 2008; Fetchenhauer et al., 2005). Wanneer iemand slachtoffer wordt van een delict kan dit wereldbeeld bedreigd worden. Door

het slachtoffer dan deels of volledig verantwoordelijk te houden, wordt deze dreiging gereduceerd (Lodewijkx et al., 2001). Dit suggereert immers dat slachtofferschap vermijdbaar is, mits de juiste keuzes gemaakt worden. Psychologische afstand tot het slachtoffer lijkt in deze opvatting essentieel (Correia et al., 2012).

Discours van ironie van het slachtofferschap

Het derde discours dat tijdens de analyse wordt blootgelegd, is dat van de ironie van het slachtofferschap. Binnen dit discours worden slachtoffers meestal niet expliciet veroordeeld, maar op impliciete wijze negatief gepresenteerd door middel van ironie, cynisme en humor. Deze discursieve strategieën komen tot uiting in formuleringen waarin het handelen van slachtoffers als overtuigend onlogisch of naïef wordt gepresenteerd, zonder dat dit expliciet wordt benoemd.

Op tekstueel niveau wordt deze ironie onder andere zichtbaar in de manier waarop sommige fraudeverhalen worden gepresenteerd. Zo wordt gesproken over “smeuïge bedriegersverhalen” (De Volkskrant, 8 april 2025), een formulering die nadruk legt op de vermakelijke en sensationele aspecten van oplichtingscasussen. Deze tendens wordt versterkt door het vergelijken van verschillende gevallen van online datingfraude, waarbij impliciet een hiërarchie tussen zaken wordt aangebracht en wordt gezocht naar de meest opvallende of extreme casus. Dit blijkt bijvoorbeeld uit deze formulering: “Wat betreft spectaculaire datingfraudes is er een zaak die volgens de Heemskerkse nog nooit is overtroffen” (De Telegraaf, 7 februari 2025). Het gebruik van termen als sensationeel, spectaculair en smeuijg draagt bij aan een representatie van datingfraude waarin de nadruk ligt op de nieuws- en entertainmentwaarde van dergelijke gebeurtenissen, en niet of minder op de gevolgen voor de betrokkenen. Deze wijze van representeren beperkt zich echter niet uitsluitend tot berichtgeving over datingfraude. Onderzoek naar mediaberichtgeving over criminaliteit laat zien dat nieuwsmedia criminaliteit geregeld presenteren aan de hand van dramatische of sensationele

elementen, waardoor de aandacht kan verschuiven van de ervaring van het slachtoffer, naar de narratieve aantrekkingskracht en amusementswaarde van het verhaal (Jewkes, 2015).

Deze nadruk op het verhaal als nieuwswaardig en vermakelijk heeft niet alleen gevolgen voor de manier waarop datingfraude wordt gepresenteerd, maar ook voor de wijze waarop slachtoffers worden gepresenteerd. Het menselijke aspect van slachtofferschap wordt hierdoor deels naar de achtergrond gedrongen. Het op deze manier relatief onpersoonlijk beschrijven van slachtoffers kan worden geïnterpreteerd als een vorm van dehumanisering (van Leeuwen, 2008). Dit komt onder meer naar voren in formuleringen waarin slachtoffers collectief worden samengenomen en gereduceerd tot één categorie: “Van André Rieu, Mark Rutte, René Froger en Max Verstappen tot Megan Fox en Paul McCartney: tientallen Nederlanders hebben zich in het afgelopen jaar wijs laten maken dat ze online een beroemdheid aan de haak sloegen, terwijl ze in werkelijkheid te maken hadden met een oplichter” (De Telegraaf, 7 februari 2025). Door slachtoffers op deze wijze te groeperen en hun ervaringen te generaliseren, wordt hun persoonlijke verhaal ondergeschikt aan een bredere, ironische representatie waarin de nadruk ligt op het opmerkelijke karakter van de situatie

Daarnaast wordt de ironie zichtbaar in de selectie en presentatie van extreme en onwaarschijnlijke situaties. Zo wordt bijvoorbeeld beschreven hoe een vrouw geld overmaakt aan een ‘zogenaamde astronaut’ voor ‘de landingsrechten om terug te keren op aarde’, waarbij expliciet wordt toegevoegd: ‘en daar trapte ze in’ (De Telegraaf, 7 februari 2025). Zo lijkt te worden gesuggereerd dat het slachtoffer had kunnen weten dat het om fraude ging. Vergelijkbare formuleringen worden gebruikt in passages waar het om oplichters gaat die zich voordeden als beroemdheden, zoals hier: “Een oplichter gebruikte (nogal slechte) AI-video’s om zich voor te doen als Brad Pitt en haar geld af te troggelen voor een nepbehandeling tegen nierkanker.” (Het Algemeen Dagblad, 23 juli 2025). Hier wordt zelfs expliciet benoemd dat de video’s waarmee het slachtoffer is opgelicht ‘nogal slecht’ waren. Het benoemen van deze

onwaarschijnlijkheden versterkt het beeld dat de fraude doorzichtig was, waardoor het slachtofferschap indirect wordt geridiculiseerd.

Een ander terugkerend element binnen dit discours is het benadrukken van hoe eenvoudig de fraude achteraf gezien te ontmaskeren zou zijn geweest. Regelmatig worden relatief simpele handelingen genoemd die het slachtoffer had kunnen verrichten om de fraude te herkennen, maar heeft nagelaten. Zo wordt bijvoorbeeld opgemerkt: “Een kleine check wijst echter uit dat de man op de foto’s niet Owen, maar Abner Stefani heet. Een Braziliaans model en acteur” (Het Algemeen Dagblad, 8 december 2025). Door het gebruik van formuleringen als ‘een kleine check’ wordt gesuggereerd dat minimale inspanning voldoende was geweest om de fraude te doorzien.

Binnen dit discours kunnen ironie en cynisme worden gezien als mechanismen om afstand te creëren tot het slachtoffer en een gevoel van superioriteit te construeren. Zo blijkt uit verschillende studies dat ironie en sarcasme kunnen worden ingezet om afstand te creëren, onder andere door middel van vernedering (Airaksinen, 2020; de Mendoza Ibáñez & Lozano-Palacio, 2019). Op deze manier positioneert de satiricus zich als iemand die over kennis en inzicht beschikt waarover het doelwit van de ironie niet lijkt te beschikken (de Mendoza Ibáñez & Lozano-Palacio, 2019). Ook humoristische formuleringen zoals het benoemen van verschillende vormen van spot, overdrijving of cynisme, kunnen bijdragen aan een gevoel van afstand tussen het publiek en het beschreven slachtoffer (Ford & Ferguson, 2004). Het slachtoffer wordt op deze manier minder gepresenteerd als een individu met gevoelens en ervaringen en meer als object van observatie of vermaak.

Discours van sluwe criminaliteit en ernstig slachtofferschap

Het laatste discours dat uit de analyse naar voren komt, is dat van sluwe criminaliteit en ernstig slachtofferschap. Binnen dit discours wordt de werkwijze van de oplichters van online datingfraude belicht. Fraudeurs worden gepresenteerd als strategische en psychologisch

vaardige daders die doelbewust inspelen op emoties, vertrouwen en relationele behoeften van hun slachtoffers.

Deze representatie komt onder meer naar voren in de wijze waarop online datingfraude wordt omschreven als een ‘sluwe’ of ‘slinkse’ vorm van oplichting. Daarnaast wordt datingfraude meermaals gepositioneerd als een vorm van georganiseerde criminaliteit: “Datingfraude is georganiseerde misdaad en de daders weten precies wat ze moeten doen en zeggen om jou op te lichten” (Het Algemeen Dagblad, 23 juli 2025). Ook het proces van *grooming*, waarbij een oplichter gedurende langere tijd investeert in het opbouwen van een vertrouwensband en emotionele afhankelijkheid, krijgt in de nieuwsartikelen veel aandacht. De nadruk ligt hierbij op de langdurige en psychologische aard van de oplichting: “Het contact duurt lang, de oplichters zijn attent en er is vaak intieme informatie uitgewisseld” (Trouw, 4 maart 2024).

Aansluitend hierop wordt in de berichtgeving regelmatig benadrukt hoe doelgericht fraudeurs inspelen op het gevoel van hun slachtoffers. Verschillende nieuwsartikelen beschrijven situaties waarin het slachtoffer door vergaande misleiding de persoonlijke drang voelden om de fraudeur te helpen: “Soms vragen ze geld met een zielig verhaal over een ziekte, vaak bij een kind. Fraudeurs gaan daarbij heel ver. Soms laten ze zelfs een ‘arts’ met het slachtoffer bellen.” (Het Algemeen Dagblad, 19 december 2023). Door dergelijke voorbeelden wordt de oplichting gepresenteerd als een proces van (systematische) emotionele manipulatie, waarbij slachtoffers primair handelen vanuit betrokkenheid, medeleven en vertrouwen. In lijn daarmee wordt in meerdere artikelen expliciet benadrukt dat iedereen slachtoffer kan worden van online datingfraude en dat slachtoffers zich niet dom moeten voelen: “Iedereen kan hierdoor getroffen worden, ongeacht leeftijd of ervaring” (Het Algemeen Dagblad, 11 december 2025).

Naast de nadruk op de geraffineerde werkwijze van fraudeurs wordt binnen dit discours

het slachtofferschap zelf ook geconstrueerd als ernstig en ingrijpend. Hierbij ligt de nadruk vooral op de financiële gevolgen van datingfraude. Artikelen verwijzen herhaaldelijk naar hoge schadebedragen, zoals: “In Nederland werden in 2024 meer dan vijfhonderd mensen slachtoffer van romantische oplichting via datingapps en sociale media. Samen raakten ze meer dan 6,5 miljoen euro kwijt” (De Telegraaf, 19 september 2025). In meerdere artikelen krijgen financiële gevolgen zelfs de meest prominente plaats, namelijk in de titel. Dit blijkt bijvoorbeeld uit de volgende kop: “Slachtoffers datingfraude tot wel €30.000 kwijt” (De Telegraaf, 28 december 2021).

Er ontstaat op deze manier een interessante spanning binnen het discours. Enerzijds fungeren de genoemde bedragen als illustratie van de ernst van de gevolgen voor slachtoffers. Anderzijds kunnen zij bijdragen aan de nieuwswaarde van het verhaal door de gebeurtenis als uitzonderlijk en opvallend te presenteren. Eerder onderzoek laat zien dat dergelijke nadruk op opvallende kenmerken, kenmerkend is voor sensationele berichtgeving (Kilgo & Sinta, 2016). Zo beschrijft Molek-Kozakowska (2013) sensationisme in nieuwskoppen als een discursieve strategie waarbij informatie zodanig wordt verpakt dat deze interessanter, uitzonderlijker of relevanter lijkt. De nadruk op hoge schadebedragen kan daarom zowel bijdragen aan de constructie van ernstig slachtofferschap, als aan de aantrekkelijkheid van het verhaal als nieuwsitem.

Discussie

Uit de resultaten van de historisch-kritische discoursanalyse blijkt dat slachtoffers van online datingfraude op uiteenlopende en soms tegenstrijdige manieren worden gerepresenteerd in Nederlandse nieuwsartikelen. Enerzijds worden zij in sommige gevallen gepresenteerd als slachtoffers van een sluwe, georganiseerde en psychologisch geraffineerde vorm van criminaliteit. Anderzijds laten de bevindingen zien dat in drie van de vier geïdentificeerde discourses de aandacht uitgaat naar kenmerken, keuzes of gedragingen van het slachtoffer zelf. In het discours van irrationele verliefdheid worden slachtoffers bijvoorbeeld omschreven als personen die door hun romantische betrokkenheid minder rationeel kunnen handelen. In het discours van genegeerde waarschuwingen en eigen verantwoordelijkheid ligt de nadruk op signalen die slachtoffers zouden hebben gemist, maar wel hadden kunnen herkennen of waarschuwingen die zij niet hebben opgevolgd. In het discours van ironie van het slachtofferschap wordt slachtofferschap niet expliciet veroordeeld, maar op meer indirecte wijze geproblematiseerd, doordat humor, cynisme en ridiculisering afstand creëren tussen het slachtoffer en het publiek. Hoewel deze discourses van elkaar verschillen, delen zij dus een gemeenschappelijke nadruk op het handelen van het slachtoffer. Enkel het discours van sluwe criminaliteit en ernstig slachtofferschap richt zich primair op de werkwijze van de dader en de ernst en complexiteit van het delict.

De bevinding dat de meeste discourses nadruk leggen op het handelen van het slachtoffer, kan worden begrepen aan de hand van de theorie van de *'ideal victim'* (het ideale slachtoffer) van Christie (1986). Christie stelt dat de status van 'slachtoffer' niet vanzelfsprekend is, maar gezien moet worden als een sociale status die iemand in meer of mindere mate wordt toegekend. Volgens Christie wordt deze status vooral toegekend als wordt voldaan aan meerdere criteria: enkel slachtoffers die zwak zijn, zich bezighouden met een respectabele activiteit, zich bevinden op een plek waar zij niet verantwoordelijk voor kunnen

worden gehouden, die worden aangevallen door een duidelijke grote en slechte dader en die geen persoonlijke relatie hebben met de dader, worden als slachtoffer gezien. Uit de discoursanalyse komt naar voren dat slachtoffers van online datingfraude volgens de nieuwsberichtgeving slechts beperkt aan deze kenmerken lijken te voldoen. Zij worden namelijk niet uitsluitend geconstrueerd als passieve en onschuldige slachtoffers, maar eerder als personen die zelf handelden: zij maakten geld over, negeerden waarschuwingen, geloofden onwaarschijnlijke verhalen en lieten zich irrationeel leiden door verliefdheid. Daarnaast wordt de dader bij datingfraude niet neergezet als een onbekende grote slechterik, maar als iemand met wie het slachtoffer een intieme band heeft opgebouwd. Hoewel slachtoffers dus feitelijk slachtoffer zijn van fraude, worden zij discursief niet als ‘ideaal slachtoffer’ gepresenteerd.

Deze bevinding is relevant omdat onderzoek naar online fraude laat zien dat de theorie van de *ideal victim* kan worden gebruikt om te verklaren waarom slachtoffers moeite hebben om als legitieme slachtoffers te worden erkend (Cross, 2018). Cross (2018) laat zien dat slachtoffers van online fraude vaak worden geconstrueerd als ‘*non ideal victims*’, waardoor hun slachtofferschap minder vanzelfsprekend wordt erkend. Dit sluit aan bij bredere maatschappelijke mechanismen van *victim blaming*, waarbij slachtoffers verantwoordelijk worden gehouden voor wat hen is overkomen (Dhanani et al., 2020). Empirisch onderzoek van Meikle en Cross (2024) toonde inderdaad aan dat *victim blaming* een grote rol speelt in de ervaringen van slachtoffers van datingfraude.

Uit de resultaten van de discoursanalyse blijkt echter dat *victim blaming* in krantenartikelen niet altijd direct of expliciet hoeft te zijn. Het kan ook tot stand komen door subtiele discursieve keuzes, zoals het benadrukken van gemiste signalen, het gebruik van ironische formuleringen of het herhaaldelijk koppelen van slachtofferschap aan irrationaliteit. Juist deze subtiele verwoordingen zijn betekenisvol, omdat zij afstand creëren tussen het publiek en het slachtoffer. Hoewel de schuld niet in alle gevallen rechtstreeks bij het slachtoffer

wordt gelegd, verschuift de aandacht wel van de werkwijze van de dader naar het handelen, de keuzes en vermeende beoordelingsfouten van het slachtoffer. Op deze manier houden de gevonden discoursen *victim blaming* in stand. Dit is problematisch, gezien *victim blaming* zeer schadelijke gevolgen kan hebben voor slachtoffers. Wanneer slachtoffers bijvoorbeeld het gevoel krijgen dat zij verantwoordelijk worden gehouden voor de fraude kan dit gevoelens van schaamte en zelfverwijt versterken (Whitty & Buchanan, 2016). De nieuwsberichtgeving kan op deze manier dus mogelijk bijdragen aan secundaire victimisatie (Gravelin et al., 2024)

Tegelijkertijd toont het discours van sluwe criminaliteit en ernstig slachtofferschap dat een alternatieve representatie ook mogelijk is. Binnen dit discours worden fraudeurs geconstrueerd als strategisch, manipulatief en georganiseerd. De nadruk ligt hier op *grooming*, emotionele afhankelijkheid, psychologische beïnvloeding en de ernst van de financiële schade. Deze representatie sluit nauw aan bij inzichten uit wetenschappelijk onderzoek naar online datingfraude, waaruit consistent naar voren komt dat daders zeer geraffineerd te werk gaan (Schokkenbroek & Snaphaan, 2025). Dit discours biedt dan ook meer ruimte om slachtoffers te begrijpen als doelwit van een nauwkeurig opgezette fraude. Toch bestaat er ook binnen dit discours dubbelzinnigheid. De nadruk op hoge schadebedragen kan enerzijds bijdragen aan erkenning van de ernst van het delict, maar anderzijds ook een sensationeel karakter krijgen, bijvoorbeeld wanneer deze bedragen in titels worden gebruikt om de aandacht te trekken (Kilgo & Sinta, 2016; Molek-Kozakowska, 2013).

Implicaties van discoursen in nieuwsberichtgeving

De resultaten benadrukken dat mediaberichtgeving niet neutraal is. De geanalyseerde nieuwsartikelen doen meer dan het enkel beschrijven van online datingfraude: ze construeren betekenissen rondom slachtofferschap, verantwoordelijkheid en geloofwaardigheid. Door bepaalde aspecten te benadrukken en andere aspecten juist minder centraal te stellen, sturen nieuwsmedia de wijze waarop lezers slachtofferschap van online datingfraude begrijpen.

Deze bevindingen hebben zowel maatschappelijke als wetenschappelijke implicaties. Op maatschappelijk gebied wijzen de resultaten op het belang van bewustwording onder journalisten, redacties en het bredere publiek. Berichtgeving over online datingfraude kan bijdragen aan preventie, maar kan tegelijkertijd stigma's versterken wanneer slachtoffers vooral worden neergezet als naïef, irrationeel of zelf verantwoordelijk voor wat hen is overkomen. Een meer genuanceerde berichtgeving zou daarom niet enkel in moeten gaan op gemiste signalen of onwaarschijnlijkheid van de situatie, maar juist ook op de geraffineerde werkwijze van daders, de emotionele isolatie van slachtoffers, en de psychologische druk waaronder slachtoffers soms handelen. Daarnaast kunnen overheidscampagnes bijdragen aan het doorbreken van het beeld dat slachtoffers van online datingfraude 'dom' of 'goedgelovig' zijn. Door datingfraude sterker te presenteren als een geraffineerde vorm van oplichting, kan schaamte worden verminderd en de drempel om hulp te zoeken of aangifte te doen worden verlaagd.

Op wetenschappelijk gebied benadrukt dit onderzoek het belang om datingfraude niet alleen te bestuderen als financieel of psychologisch probleem, maar ook als fenomeen dat in publieke discoursen betekenis krijgt. De manier waarop media slachtoffers representeren, kan invloed hebben op hoe slachtofferschap maatschappelijk wordt begrepen, en daarmee ook op de mate waarin slachtoffers worden erkend of juist verantwoordelijk worden gehouden voor hetgeen hun is overkomen. Juist daarom is *victim blaming* een belangrijk aandachtspunt voor toekomstig onderzoek naar online datingfraude. Voor toekomstig onderzoek betekent dit dat aandacht nodig is voor zowel expliciete, als impliciete vormen van *victim blaming*. Zo zijn niet enkel de directe beschuldigingen van belang, maar juist in grotere mate de nadruk op gemiste signalen, irrationaliteit en ridiculisering van het slachtofferschap. Daarnaast vraagt dit onderzoek om kritische reflectie op de manier waarop online datingfraude binnen de wetenschap wordt onderzocht. Hoewel onderzoek naar risicofactoren en preventie waardevol

is, kan een te sterke focus op slachtofferkenmerken onbedoeld bijdragen aan het idee dat slachtofferschap vooral voortkomt uit individuele keuzes of tekortkomingen. Samenvattend is het belangrijk dat er oog is voor de subtiele manieren waarop taal slachtoffers representeert.

Limitaties en suggesties voor vervolgonderzoek

Ondanks deze waardevolle inzichten kent het huidige onderzoek ook enkele limitaties. Om de haalbaarheid van dit onderzoek te waarborgen, is ervoor gekozen om uitsluitend gebruik te maken van berichtgeving uit Nederlandse nieuwsartikelen. Dit brengt de beperking met zich mee dat andere mediavormen zoals televisieprogramma's, documentaires, podcasts en sociale media buiten beschouwing zijn gelaten. Daardoor kan op basis van dit onderzoek niet worden vastgesteld of, en op welke manier, deze media vergelijkbare discoursen uitdragen en dus vormen van *victim blaming* in stand houden. Dit vormt een relevante beperking, omdat juist sociale media en audiovisuele media een belangrijke rol spelen in de hedendaagse nieuwsconsumptie en publieke beeldvorming rondom criminaliteit en slachtofferschap (DNR, 2025; Grosholz & Kubrin, 2007). Vervolgonderzoek zou daarom kunnen onderzoeken of de discoursen die in deze analyse zijn geïdentificeerd ook terugkomen in andere mediavormen.

Bovendien zijn slachtoffers in dit onderzoek grotendeels als één overkoepelende groep geanalyseerd. Hierdoor is minder ruimte ontstaan voor mogelijke verschillen tussen typen slachtoffers, bijvoorbeeld op basis van gender. Dit is een beperking, omdat bestaande literatuur suggereert dat de frequentie, aard en beleving van slachtofferschap van online datingfraude kunnen verschillen aan de hand van persoonskenmerken, zoals geslacht (Bilz et al., 2023). Hoewel tijdens de analyse enkele indrukken ontstonden dat mannelijke en vrouwelijke slachtoffers mogelijk niet altijd op eenzelfde wijze worden gerepresenteerd, strekt deze onderzoeksmethode niet om deze verschillen systematisch te onderzoeken. Deze observatie is daarom niet verder uitgewerkt in de resultaten van deze studie en kan niet als zelfstandige conclusie worden gepresenteerd. Vervolgonderzoek zou middels een kwantitatieve analyse

kunnen nagaan of er een samenhang bestaat tussen gender en verschillen in slachtofferrepresentatie. Daarbij is het belangrijk om kritisch te reflecteren op de interpretatie van zulke verschillen, zodat deze niet worden gelezen als aanwijzing voor individuele kwetsbaarheid of verantwoordelijkheid, maar als onderdeel van bredere beeldvorming rondom slachtofferschap.

Conclusie

Samenvattend laat dit onderzoek zien dat de representatie van slachtoffers van online datingfraude in Nederlandse nieuwsberichtgeving niet eenduidig is. Enerzijds worden slachtoffers in sommige artikelen erkend als doelwit van een geraffineerde en georganiseerde vorm van criminaliteit, anderzijds – en veel frequenter – presenteren de discoursen slachtoffers als irrationeel, als ridicuul en als deels verantwoordelijk voor wat hen is overkomen. Hierdoor kan erkenning van slachtofferschap bij datingfraude niet altijd als vanzelfsprekend worden gezien. Juist deze representaties creëren ruimte voor impliciete en expliciete vormen van *victim blaming*.

Deze bevindingen benadrukken het belang van kritische aandacht voor de manier waarop media slachtofferschap construeren. Krantenartikelen beschrijven online datingfraude niet alleen, maar construeren ook betekenissen rondom slachtofferschap, verantwoordelijkheid en geloofwaardigheid. De manier waarop over online datingfraude wordt geschreven is daarom uiterst relevant. Een meer genuanceerde representatie kan helpen om *victim blaming* tegen te gaan. Daarmee wijst dit onderzoek op het belang om zowel binnen de wetenschap, als vanuit de maatschappij, oog te houden voor de subtiele manieren waarop geschreven taal verantwoordelijkheid bij het slachtoffer kan leggen en zo bijdraagt aan de maatschappelijke beeldvorming rondom het slachtoffer.

Literatuur

- Aborisade, R. A., Ocheja, A., & Okuneye, B. A. (2024). Emotional and financial costs of online dating scam: A phenomenological narrative of the experiences of victims of Nigerian romance fraudsters. *Journal of Economic Criminology*, 3, 100044.
- Aguiar, P., Vala, J., Correia, I., & Pereira, C. (2008). Justice in our world and in that of others: Belief in a just world and reactions to victims. *Social Justice Research*, 21(1), 50–68.
- Airaksinen, T. (2020). Irony and sarcasm in ethical perspective. *Open Philosophy*, 3(1), 358–368.
- Alicke, M., Gordon, E., & Rose, D. (2013). Hypocrisy: What counts? *Philosophical Psychology*, 26(5), 673–701.
- Amirkhani, S., Alizadeh, F., Randall, D., & Stevens, G. (2024). Beyond dollars: Unveiling the deeper layers of online romance scams introducing “body scam.” In *Extended abstracts of the CHI conference on human factors in computing systems* (pp. 1–6). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3613905.3651004>
- Anesa, P. (2020). Lovextortion: Persuasion strategies in romance cybercrime. *Discourse, Context & Media*, 35, Article 100398. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2020.100398>
- Barden, J., Rucker, D. D., & Petty, R. E. (2005). Saying one thing and doing another: Examining the impact of event order on hypocrisy judgments of others. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 31(11), 1463–1474. <https://doi.org/10.1177/0146167205276430>

- Bilz, A., Shepherd, L. A., & Johnson, G. I. (2023). Tainted love: A systematic literature review of online romance scam research. *Interacting with Computers*, 35(6), 773–788. <https://doi.org/10.1093/iwc/iwad048>
- Birks, M., & Mills, J. (2015). *Grounded theory: A practical guide*. Sage.
- Bryman, A. (2016). *Social research methods* (5th ed.). Oxford University Press.
- Buchanan, T., & Whitty, M. T. (2014). The online dating romance scam: Causes and consequences of victimhood. *Psychology, Crime & Law*, 20(3), 261–283. <https://doi.org/10.1080/1068316X.2013.772180>
- Buyens, W., & Van Aelst, P. (2021). Eén bril, vele visies? Diversiteit in Vlaamse nieuwsmedia en de perceptie bij het publiek. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 49(1), 29–50. <https://doi.org/10.5117/TCW2021.1.003.BUYE>
- Castro, Á., & Barrada, J. R. (2020). Dating apps and their sociodemographic and psychosocial correlates: A systematic review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(18), Article 6500. <https://doi.org/10.3390/ijerph17186500>
- Centraal Bureau voor de Statistiek. (2025, 15 april). *Online oplichting en fraude*. <https://www.cbs.nl/nl-nl/longread/rapportages/2025/online-veiligheid-en-criminaliteit-2024/4-online-oplichting-en-fraude>
- Centrum voor Criminaliteitspreventie en Veiligheid. (2024, 29 januari). *Schade datingfraude explodeert*. <https://hetccv.nl/schade-datingfraude-explodeert/>

- Chong, D., & Druckman, J. N. (2007). Framing theory. *Annual Review of Political Science*, 10, 103–126. <https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.10.072805.103054>
- Christie, N. (1986). The ideal victim. In E. A. Fattah (Ed.), *From crime policy to victim policy: Reorienting the justice system* (pp. 17–30). Macmillan.
- Chuang, J. Y. (2021). Romance scams: Romantic imagery and transcranial direct current stimulation. *Frontiers in Psychiatry*, 12, Article 738874. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2021.738874>
- Cole, R. (2024a). A qualitative investigation of the emotional, physiological, financial, and legal consequences of online romance scams in the United States. *Journal of Economic Criminology*, 6, Article 100108. <https://doi.org/10.1016/j.jeconc.2024.100108>
- Cole, R. (2024b). Scammed by love: The role of loneliness, trust, and age in financial losses from U.S. online romance scams. *Innovation in Aging*, 8(Suppl. 1), 1339. [10.1093/geroni/igae098.4273](https://doi.org/10.1093/geroni/igae098.4273)
- Coluccia, A., Pozza, A., Ferretti, F., Carabellese, F., Masti, A., & Gualtieri, G. (2020). Online romance scams: Relational dynamics and psychological characteristics of the victims and scammers: A scoping review. *Clinical Practice and Epidemiology in Mental Health*, 16, 24–35. <https://doi.org/10.2174/1745017902016010024>
- Correia, I., Alves, H., Sutton, R., Ramos, M., Gouveia-Pereira, M., & Vala, J. (2012). When do people derogate or psychologically distance themselves from victims? Belief in a just world and ingroup identification. *Personality and Individual Differences*, 53(6), 747–752. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2012.05.032>

- Cross, C. (2018). Denying victim status to online fraud victims: The challenges of being a “non-ideal victim.” In M. Duggan (Ed.), *Revisiting the ideal victim: Developments in critical victimology* (pp. 243–262). Policy Press.
<https://doi.org/10.1332/policypress/9781447338765.003.0015>
- Cross, C. (2020). Romance fraud. In T. J. Holt & A. M. Bossler (Eds.), *The Palgrave handbook of international cybercrime and cyberdeviance* (pp. 917–937). Palgrave Macmillan.
https://doi.org/10.1007/978-3-319-90307-1_41-1
- Cross, C. (2023). “I knew it was a scam”: Understanding the triggers for recognizing romance fraud. *Criminology & Public Policy*, 22(4), 613–637. <https://doi.org/10.1111/1745-9133.12645>
- Cross, C., Dragiewicz, M., & Richards, K. (2018). Understanding romance fraud: Insights from domestic violence research. *The British Journal of Criminology*, 58(6), 1303–1322. <https://doi.org/10.1093/bjc/azy005>
- Cross, C., Richards, K., & Smith, R. G. (2016). *The reporting experiences and support needs of victims of online fraud* (Trends & Issues in Crime and Criminal Justice No. 518). Australian Institute of Criminology.
<https://www.aic.gov.au/publications/tandi/tandi518>
- De Gregorio, E., Mongai, C., & Tiberio, L. (2022). Media representations of crimes in close relationships: Qualitative analysis of narratives in a television broadcast. *Frontiers in Psychology*, 13, Article 1002262. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1002262>
- De Kimpe, L., Deprez, A., & Van Leuven, S. (2017). Online kranten (nog altijd) in transitie? *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 45(1).

De Kimpe, L., Deprez, A., & Van Leuven, S. (2017). Online kranten (nog altijd) in transitie? *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 45(1), 37–51.

de Mendoza Ibáñez, F. J., & Lozano-Palacio, I. (2019). Unraveling irony: From linguistics to literary criticism and back. *Cognitive Semantics*, 5(1), 147–173.
<https://doi.org/10.1163/23526416-00501006>

Dhanani, L. Y., Main, A. M., & Pueschel, A. (2020). Do you only have yourself to blame? A meta-analytic test of the victim precipitation model. *Journal of Organizational Behavior*, 41(8), 706–721. <https://doi.org/10.1002/job.2413>

Digital News Report 2025. (2025, June 17). *Reuters Institute for the Study of Journalism*.
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2025>

Drew, J. M., & Webster, J. (2024). The victimology of online fraud: A focus on romance fraud victimisation. *Journal of Economic Criminology*, 3, Article 100053.
<https://doi.org/10.1016/j.jeconc.2024.100053>

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>

Evers, J. (2015). *Kwalitatieve analyse: Kunst en kunde*. Boom Lemma.

Fairclough, N., Cortese, G., & Ardizzone, P. (Eds.). (2007). *Discourse and contemporary social change*. Peter Lang.

Fereday, J., & Muir-Cochrane, E. (2006). Demonstrating rigor using thematic analysis: A hybrid approach of inductive and deductive coding and theme development.

International Journal of Qualitative Methods, 5(1), 80–92.
<https://doi.org/10.1177/160940690600500107>

Fetchenhauer, D., Jacobs, G., & Belschak, F. (2005). Belief in a just world, causal attributions, and adjustment to sexual violence. *Social Justice Research*, 18(1), 25–42.
<https://doi.org/10.1007/s11211-005-3369-1>

Ford, T. E., & Ferguson, M. A. (2004). Social consequences of disparagement humor: A prejudiced norm theory. *Personality and Social Psychology Review*, 8(1), 79–94.
<https://doi.org/10.1207/S15327957PSPR0801>

Fossey, E., Harvey, C., McDermott, F., & Davidson, L. (2002). Understanding and evaluating qualitative research. *Australian and New Zealand Journal of Psychiatry*, 36(6), 717–732.
<https://doi.org/10.1046/j.1440-1614.2002.01100.x>

Friese, S. (2019). *Qualitative data analysis with ATLAS.ti* (3rd ed.). SAGE

Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Harvard University Press.

Goswami, S. (2021). Victimisation and its effects and causes. *Indian Journal of Law and Legal Research*, 3(2), 1–11.

Gravelin, C. R., Biernat, M., & Kerl, E. (2024). Assessing the impact of media on blaming the victim of acquaintance rape. *Psychology of Women Quarterly*, 48(2), 209–231.
<https://doi.org/10.1177/03616843231220960>

- Grosholz, J., & Kubrin, C. E. (2007). Crime in the news: How crimes, offenders and victims are portrayed in the media. *Journal of Criminal Justice and Popular Culture*, 14(1), 59– 83.
- Harber, K. D., Podolski, P., & Williams, C. H. (2015). Emotional disclosure and victim blaming. *Emotion*, 15(5), 603–614. <https://doi.org/10.1037/emo0000056>
- Herrera, L. D. (2025). Romance scam victimization: A survey-based examination of financial, psychological, and reporting factors. In *2025 13th International Symposium on Digital Forensics and Security (ISDFS)* (pp. 1–6). IEEE. <https://doi.org/10.1109/ISDFS65363.2025.11012081>
- Hindriks, F. (2015). Ware liefde zonder uniciteit: Goede redenen voor romantische liefde. *Algemeen Nederlands Tijdschrift voor Wijsbegeerte*, 107(1), 71–93.
- Illouz, E., & Finkelmann, S. (2009). An odd and inseparable couple: Emotion and rationality in partner selection. *Theory and Society*, 38(4), 401–422. [10.1007/s11186-009-9085-5](https://doi.org/10.1007/s11186-009-9085-5)
- Isserow, J., & Klein, C. (2017). Hypocrisy and moral authority. *Journal of Ethics and Social Philosophy*, 12(2), 191–222. <https://doi.org/10.26556/jesp.v12i2.224>
- Jewkes, Y. (2015). *Media and crime* (3rd ed.). SAGE.
- Jordan, J. J., Sommers, R., Bloom, P., & Rand, D. G. (2017). Why do we hate hypocrites? Evidence for a theory of false signaling. *Psychological Science*, 28(3), 356–368. <https://doi.org/10.1177/0956797616685771>
- Jørgensen, M. W., & Phillips, L. (2002). *Discourse analysis as theory and method*. SAGE.

- Juli, M. R., Juli, R., Juli, G., & Figliuzzi, S. (2023). Victim blaming: Being a victim twice. Comparison of emotional and socio-cultural aspects. *Psychiatria Danubina*, 35(Suppl. 2), 150–154.
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Farrar, Straus and Giroux.
- Kaur, K., Abu-Qamar, M. E. Z., Rashidi, A., McKay, N., & Saunders, R. (2025). Applying hybrid coding and reflexivity in qualitative content analysis: An exemplar. *Global Qualitative Nursing Research*, 12, Article 23333936251395024. <https://doi.org/10.1177/23333936251395024>
- Khan, R., & Hasan, R. (2016). The story of naive Alice: Behavioral analysis of susceptible internet users. In *2016 IEEE 40th Annual Computer Software and Applications Conference (COMPSAC)* (Vol. 1, pp. 390–395). IEEE. <https://doi.org/10.1109/COMPSAC.2016.206>
- Kilgo, D. K., & Sinta, V. (2016). Six things you didn't know about headline writing: Sensationalistic form in viral news content from traditional and digitally native news organizations. *International Symposium on Online Journalism*, 6(1), 111–130.
- Kuiken, J., Schuth, A., Spitters, M., & Marx, M. (2017). Effective headlines of newspaper articles in a digital environment. *Digital Journalism*, 5(10), 1300–1314. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1279978>
- Lasky, N. V. (2019). Victim precipitation theory. In C. M. Renzetti (Ed.), *The encyclopedia of women and crime*. Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118929803.ewac0517>

- Laurent, S. M., & Clark, B. A. (2019). What makes hypocrisy? Folk definitions, attitude/behavior combinations, attitude strength, and private/public distinctions. *Basic and Applied Social Psychology*, 41(2), 104–121. [10.1080/01973533.2018.1556160](https://doi.org/10.1080/01973533.2018.1556160)
- Lazar, M. M. (2007). Feminist critical discourse analysis: Articulating a feminist discourse praxis. *Critical Discourse Studies*, 4(2), 141–164. <https://doi.org/10.1080/17405900701464816>
- Lerner, M. J. (1980). *The belief in a just world: A fundamental delusion*. Plenum Press.
- Leukfeldt, R., Notté, R., & Malsch, M. (2018). *Slachtofferschap van online criminaliteit: Een onderzoek naar behoeften, gevolgen en verantwoordelijkheden na slachtofferschap van cybercrime en gedigitaliseerde criminaliteit*. Nederlands Studiecentrum Criminaliteit en Rechtshandhaving. <https://repository.wodc.nl/handle/20.500.12832/2355>
- Lodewijkx, H. F. M., Wildschut, T., Nijstad, B. A., Savenije, W., & Smit, M. (2001). In a violent world a just world makes sense: The case of “senseless violence” in the Netherlands. *Social Justice Research*, 14(1), 79–94. <https://doi.org/10.1023/A:1012527808620>
- Martin, J. R., & White, P. R. R. (2005). *The language of evaluation: Appraisal in English*. Palgrave Macmillan.
- Mastorocco, N., & Minale, L. (2018). News media and crime perceptions: Evidence from a natural experiment. *Journal of Public Economics*, 165, 230–255. <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2018.07.002>

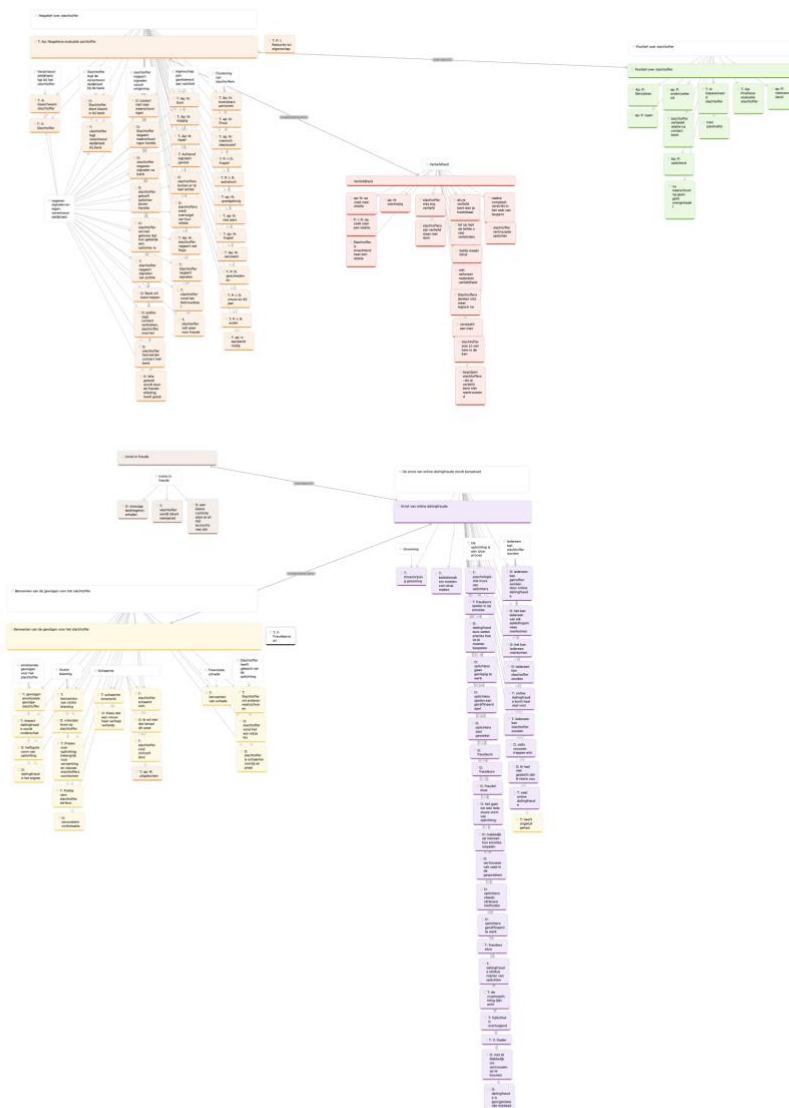
- Meikle, W., & Cross, C. (2024). “What action should I take?”: Help-seeking behaviours of those targeted by romance fraud. *Journal of Economic Criminology*, 3, Article 100054. <https://doi.org/10.1016/j.jeconc.2024.100054>
- Mendonça, R. D., Gouveia-Pereira, M., & Miranda, M. P. (2016). Belief in a just world and secondary victimization: The role of adolescent deviant behavior. *Personality and Individual Differences*, 97, 82–87. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.03.021>
- Mizrahi, M., Lemay, E. P., Jr., Maniaci, M. R., & Reis, H. T. (2022). Seeds of love: Positivity bias mediates between passionate love and prorelationship behavior in romantic couples. *Journal of Social and Personal Relationships*, 39(7), 2207–2227. <https://doi.org/10.1177/02654075221076002>
- Molek-Kozakowska, K. (2013). Towards a pragma-linguistic framework for the study of sensationalism in news headlines. *Discourse & Communication*, 7(2), 173–197. <https://doi.org/10.1177/1750481312471668>
- Murray, S. L., Holmes, J. G., & Griffin, D. W. (1996). The benefits of positive illusions: Idealization and the construction of satisfaction in close relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70(1), 79–98. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.70.1.79>
- Nataraj-Hansen, S. (2024). “Should’ve known better”: Using Lerner’s belief in a just world to understand how the Fraud Justice Network observe victims of online romance and investment frauds. *International Review of Victimology*, 30(1), 192–215. <https://doi.org/10.1177/0269758023116790>

- Nataraj-Hansen, S., & Richards, K. (2023). Why do fraud victims get blamed? Lerner's belief in a just world and its application to victims of online fraud. *Journal of Financial Crime*, 30(3), 828–839. <https://doi.org/10.1108/JFC-02-2022-0037>
- Ortiz-Millán, G. (2007). Love and rationality: On some possible rational effects of love. *Kriterion: Revista de Filosofía*, 48(115), 127–144.
<https://doi.org/10.1590/S0100-512X2007000100008>
- Rege, A. (2009). What's love got to do with it? Exploring online dating scams and identity fraud. *International Journal of Cyber Criminology*, 3(2), 494–512.
- Reisigl, M., & Wodak, R. (2001). *Discourse and discrimination: Rhetorics of racism and antisemitism*. Routledge
- Reisigl, M., & Wodak, R. (2009). The discourse-historical approach. In R. Wodak & M. Meyer (Eds.), *Methods of critical discourse analysis*. SAGE.
- Salahdine, F., & Kaabouch, N. (2019). Social engineering attacks: A survey. *Future Internet*, 11(4), Article 89. <https://doi.org/10.3390/fi11040089>
- Scheufele, D. A. (1999). Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*, 49(1), 103–122. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1999.tb02784.x>
- Schokkenbroek, J. M., & Snaphaan, T. (2025). Love as bait: A scoping review and crime script analysis of online romance scams. *Trauma, Violence, & Abuse*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1177/15248380251361046>
- Sorell, T., & Whitty, M. T. (2019). Online romance scams and victimhood. *Security Journal*, 32(3), 342–361. <https://doi.org/10.1057/s41284-019-00166-w>

- Tan, H. K., & David, Y. (2013). Preying on lonely hearts: A systematic deconstruction of an Internet romance scammer's online lover persona. *Journal of Modern Languages*, 23(1), 28–40.
- Tileagă, C. (2010). Ideologies of moral exclusion: A critical discursive reframing of depersonalization, delegitimization and dehumanization. *British Journal of Social Psychology*, 46(4), 717–737. <https://doi.org/10.1348/014466607X186894>
- Van Dale. (2026). *Rode vlag*. Geraadpleegd op 18 mei 2026, van <https://www.vandale.nl/pages/van-dale-online>
- van Leeuwen, T. (2008). Discourse and practice: *New tools for critical analysis*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195323306.001.0001>
- van Stichel, E. (2020). Wat bezielt een samenleving? Over een theologie van (publieke) emoties vanuit een geëmotioneerde theologie. *Tijdschrift voor Theologie*, 60(4), 375–388.
- van Wingerden, S. (2009). From Nigeria with love: How a scammer used deception, fear, and false promises to rob victims of their savings. *International Journal of Cyber Criminology*, 3(2), 494–512. [10.5553/PROCES/016500762017096005004](https://doi.org/10.5553/PROCES/016500762017096005004)
- Verhoeven, N. (2011). *Wat is onderzoek? Praktijkboek voor methoden en technieken* (4e ed.). Boom Lemma.
- Wang, C. (2022). Online dating scam victims psychological impact analysis. *Journal of Education, Humanities and Social Sciences*, 4, 149–154. <https://doi.org/10.54097/ehss.v4i.2740>

- Wang, F. (2026). A scoping review of online romance scams: Conceptual construction and comparative analysis. *International Review of Victimology*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1177/02697580251414141>
- Wang, Z., Sun, L., & Zhu, H. (2020). Defining social engineering in cybersecurity. *IEEE Access*, 8, 85094–85115. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2020.2992807>
- Whitty, M. T. (2013). The scammers persuasive techniques model: Development of a stage model to explain the online dating romance scam. *The British Journal of Criminology*, 53(4), 665–684. <https://doi.org/10.1093/bjc/azt009>
- Whitty, M. T. (2018). Do you love me? Psychological characteristics of romance scam victims. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21(2), 105–109. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.07>
- Whitty, M. T., & Buchanan, T. (2012). The online romance scam: A serious cybercrime. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(3), 181–183. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0352>
- Whitty, M. T., & Buchanan, T. (2016). The online dating romance scam: The psychological impact on victims—Both financial and non-financial. *Criminology & Criminal Justice*, 16(2), 176–194. <https://doi.org/10.1177/1748895815603773>
- Wolfgang, M. E. (1957). Victim precipitated criminal homicide. *The Journal of Criminal Law, Criminology, and Police Science*, 48(1), 1–18. <https://doi.org/10.2307/1140160>

Bijlage 1. Netwerk in Atlas.ti



Bijlage 2. Overzicht geanalyseerde artikelen

Titel	Datum	Krant
Lysbeth (31) belandt bij voedselbank na relatie met 'droomman': 'Alles was één grote leugen'	2-Mar-26	De Telegraaf
Twee vrouwen opgepakt voor datingfraude, buit ruim half miljoen euro	16-Oct-25	De Telegraaf
260 arrestaties wegens sextortion en datingfraude in Afrika	26-Sep-25	De Telegraaf
Datingfraudeurs maken lustig gebruik van AI-tools om keihard te 'catfishen': Nederlanders verliezen al 4 miljoen €	19-Sep-25	De Telegraaf
De bejaarde vader van Esther is verliefd op zijn online vriendin (39): 'Nu wil hij zijn testament aanpassen'	8-Sep-25	De Telegraaf
ING behoedt klanten voor verdere schade door datingfraude: 70% zet streep door 'relatie' met oplichter	10-Apr-25	De Telegraaf
Catherine over datingfraude: 'Dat iemand misbruik maakt van je liefdesgevoelens is het ergste'	8-Apr-25	De Telegraaf
Marian (57) en Ayleen (37) bleven met tonnen schuld en een gebroken hart achter: 'Oplichting in de liefde is hardnekkig probleem in Nederland'	6-Apr-25	De Telegraaf
Rileen (65) viel na scheiding voor 'charmante' Amerikaan en werd slachtoffer van datingfraude: '65.000 euro arm	23-Mar-25	De Telegraaf
Verliefde vrouw maakt 30.000 euro over naar nep-René Froger, deskundige waarschuwt: 'Geloofwaardig verhaal'	7-Feb-25	De Telegraaf
Datingfraude in Kampen: nebruid (17) maakt zestiger 1,7 miljoen afhandig	10-Dec-24	De Telegraaf
Geduceerden 'pig butchering' verliezen gemiddeld 25.000 euro: 'Iedereen kan slachtoffer worden'	21-Nov-24	de Telegraaf
Leuke man op Insta blijkt oplichter; vrouw verliest €125.000	11-Sep-24	De Telegraaf
Let op, laat de liefde u niet verblinden	5-Jul-24	De Telegraaf
Nigeriaanse oplichter die 50 vrouwen beroofde via datingsites, onthult zijn methode: 'Zo herken je ons'	14-Feb-24	De Telegraaf
Aantal slachtoffers datingfraude neemt hard toe in aanloop naar Kerst	19-Dec-23	De Telegraaf
Hans (71) verloor al zijn spaargeld aan 'Japanse' vriendin: 'Ik was verblind door liefde en hebzucht'	12-Dec-23	De Telegraaf
Slachtoffer Tinder Swindler en ING lijnrecht tegenover elkaar in rechtszaal: 'Bank had moeten waarschuwen'	14-Sep-23	De Telegraaf
Opgelicht door Braziliaanse liefde: 'Ik vertrouw niemand meer'	14-Jul-23	De Telegraaf
Leuke klik? Pas op voor online datingfraudeur! 'Crypto nieuwste wapen'	12-Feb-23	De Telegraaf
OPROEP: ben jij het slachtoffer geweest van datingfraude?	7-Feb-23	De Telegraaf
Vrouw (65) voor 31.000 euro opgelicht door 'astronaut die geld nodig had voor zijn raket'	10-Oct-22	De Telegraaf
Datingfraude: wat is het en hoe voorkom je dat jij wordt opgelicht in de liefde?	12-Aug-22	De Telegraaf
ING en slachtoffer Tinder Swindler komen niet tot schikking	15-Jul-22	De Telegraaf
Forse toename misleiding met cryptomunten via datingapps	16-Mar-22	De Telegraaf
Esther maakte 145.000 euro over naar Tindermatch: 'Leek allemaal heel betrouwbaar'	31-Jan-22	De Telegraaf
Slachtoffers datingfraude tot wel €30.000 kwijt	28-Dec-21	De Telegraaf
Beursfraudeurs zoeken slachtoffers via datingapps: man raakt €60.000 kwijt	2-Dec-21	De Telegraaf
Ghana wil 'opzichtige rijkdom' vaker onderzoeken om (dating)fraude aan te pakken	27-Aug-25	De Volkskrant
Onze broer wordt opgelicht, hoe stoppen we dat?	18-Sep-25	De Volkskrant
Misdaadverslaggever Kees van der Spek: 'Ik ben een fervent PVV- en Forum voor Democratie-hater. Discriminatie	11-Sep-25	De Volkskrant
'Opgelicht in de liefde' biedt alles wat je van het genre kunt verwachten, en daar moet je van houden	8-Apr-25	De Volkskrant
'Wissel regelmatig van telefoonnummer en van wachtwoorden': politie Liemers loopt in Nederland voorop met tv	17-Mar-26	Het Algemeen Dagblad
Workshops rond veiligheid op Internationale Vrouwendag in Oud-Beijerland	17-Feb-26	Het Algemeen Dagblad
Met succes smeken dating-oplichtsters om vrijlating: ze troggelden bijna half miljoen van hun 16 slachtoffers af	27-Jan-26	Het Algemeen Dagblad
Utrechtse vrouwen aangehouden die via datingsite 555.000 euro aftroggelden van slachtoffers	16-Oct-25	Het Algemeen Dagblad
Zeg niet dat het jou niet overkomt, datingfraudeurs weten precies hoe ze je moeten bespelen	23-Jul-25	Het Algemeen Dagblad
Grootschalige afpersing op populaire sekswebsite Kinky: 'Gevaarlijke psychopaat valt lastig, uitkijken!'	16-Sep-25	Het Algemeen Dagblad
Argeloze beleggers verliezen honderden miljoenen door beleggingsfraude	11-Dec-25	Het Algemeen Dagblad
Hoe Jorien bijna werd opgelicht op Tinder: 'Heel wat red flags negeerde ik onbewust'	5-Oct-25	Het Algemeen Dagblad
Vijf vrouwen denken de liefde te vinden, maar worden voor tienduizenden euro's opgelicht door Spakenburgse 'Ti	2-Jul-25	Het Algemeen Dagblad
Het is niet meer de vraag óf, maar wannéér je met een digitale oplichter te maken krijgt	25-Oct-25	Het Algemeen Dagblad
Niet alleen geld, maar ook vrienden kwijt: Caroline dacht een relatie te hebben met Leonardo DiCaprio	6-May-25	Het Algemeen Dagblad
IJsselstein waarschuwt voor datingfraude rondom Valentijnsdag	13-Feb-25	Het Algemeen Dagblad
Ellie Lust gaat achter bedriegers aan: 'Ik wil ouders confronteren met wat ze iemand hebben aangedaan'	7-Apr-25	Het Algemeen Dagblad
Jarenlange celstraf voor vrouw uit Utrecht die dolverliefde man (69) voor 1,7 miljoen euro oplicht	6-Dec-24	Het Algemeen Dagblad
De Franse Anne, die werd opgelicht door 'Brad Pitt', is echt enige niet: ook veel Nederlanders trapt in zo'n truc	7-Feb-25	Het Algemeen Dagblad
Oudere man denkt met 'Kristina' (17) uit Utrecht te trouwen, maar wordt opgelicht voor 1,7 miljoen euro	12-Nov-24	Het Algemeen Dagblad
Dolverlief-de man hoopt te trouwen met 17-jarige, maar wordt voor 1,7 miljoen euro opgelicht	13-Nov-24	Het Algemeen Dagblad
Datingfraudeurs winnen van banken: 'We kunnen mensen waarschuwen, maar niet tegenhouden'	14-Jan-25	Het Algemeen Dagblad
Miljoenen ontfutseld na afspraken online, meer hulp voor slachtoffers datingfraude	19-Dec-23	Het Algemeen Dagblad
Frederika (75) betaalt 15.000 euro aan penvriend 'Reynald' die niet bestaat: 'Ik mis iemand om mee te praten'	8-Dec-25	Het Algemeen Dagblad
Simon was geen gulle, rijke zakenman, maar een oplichter — ook in Nederland komt datingfraude vaker voor	15-Feb-22	NRC
'Gaan we niet doen, tiger,' zegt ze nog. En dan laat ze zich toch door haar Tinder-date overhalen	2-Feb-24	NRC
Waarheidsvinding is niet de verantwoordelijkheid van het individu, maar van de democratie	25-Nov-25	NRC
In 'Opgelicht in de Liefde' blijft Ellie Lust vriendelijk voor nepmiljonair Benny	8-Apr-25	NRC
De gevolgen van de cryptogete voor de echte wereld	31-May-24	NRC
Cybercriminelen gebruiken steeds liever 'stablecoins' voor hun misdrijven	15-Jan-24	NRC
Hoe kan ik mezelf online beschermen? Twaalf tips over cyberveiligheid	11-Mar-23	NRC
ING niet aansprakelijk voor oplichting vrouw door 'Tinder Swindler'	27-Jul-22	NRC
Met lotgenoten om je heen krijg je weer hoop in de toekomst. Hoe kan dit?	10-Apr-22	NRC
Hoe techniek voor romantiek kan zorgen en deze ook weer de nek kan omdraaien	24-Jun-25	NRC
Van alle online fraude, is datingfraude de ergste. Werd u wel eens bedrogen?	9-Mar-24	Trouw
Anton Grim raakte duizenden euro's kwijt aan zijn Oekraïense vriendin. Ze bleek niet te bestaan	4-Mar-24	Trouw