

Digital agency en Assessment

Nadira Saab

18 maart 2026

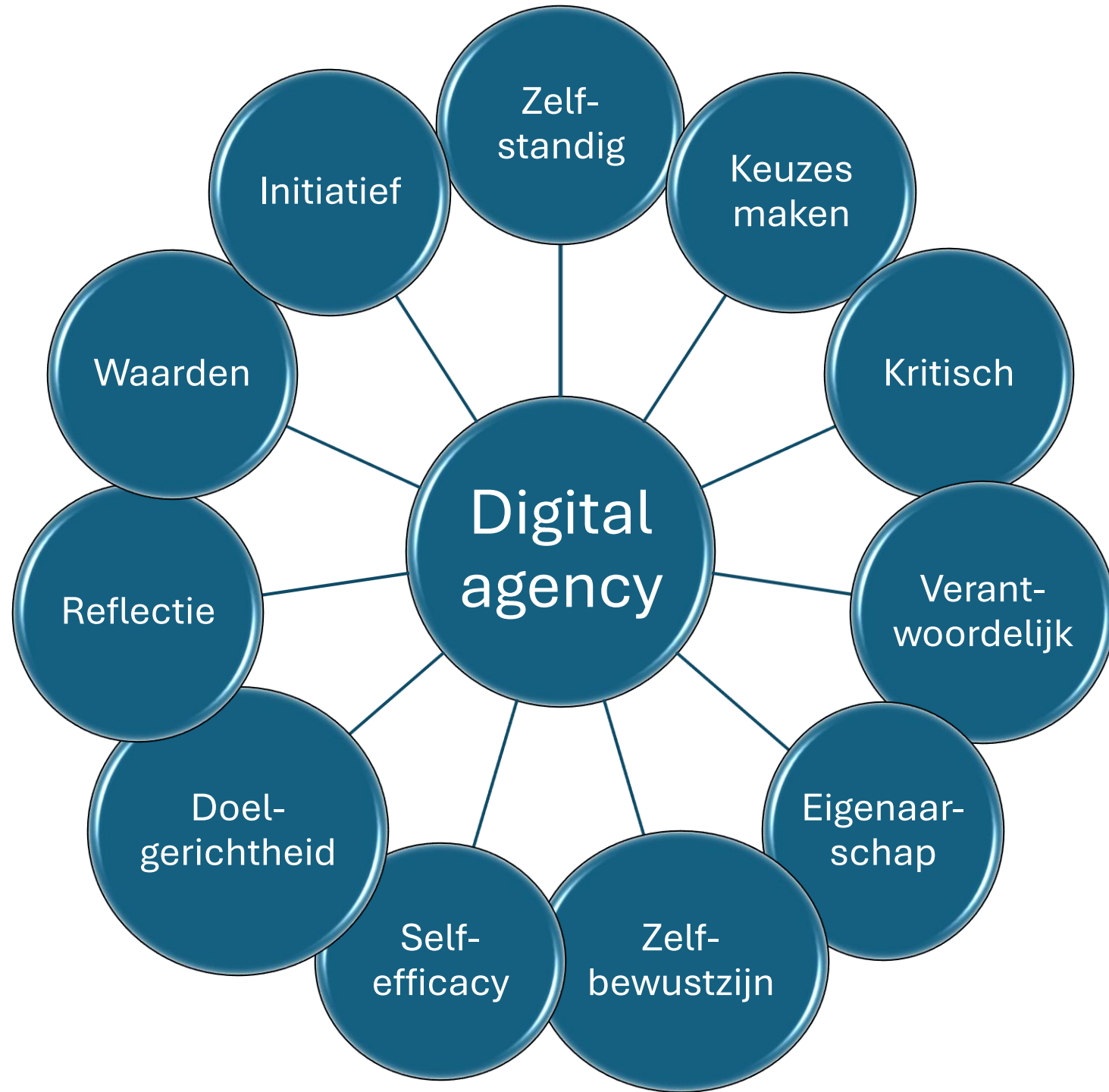


Universiteit
Leiden

30 JAAR
ICLON



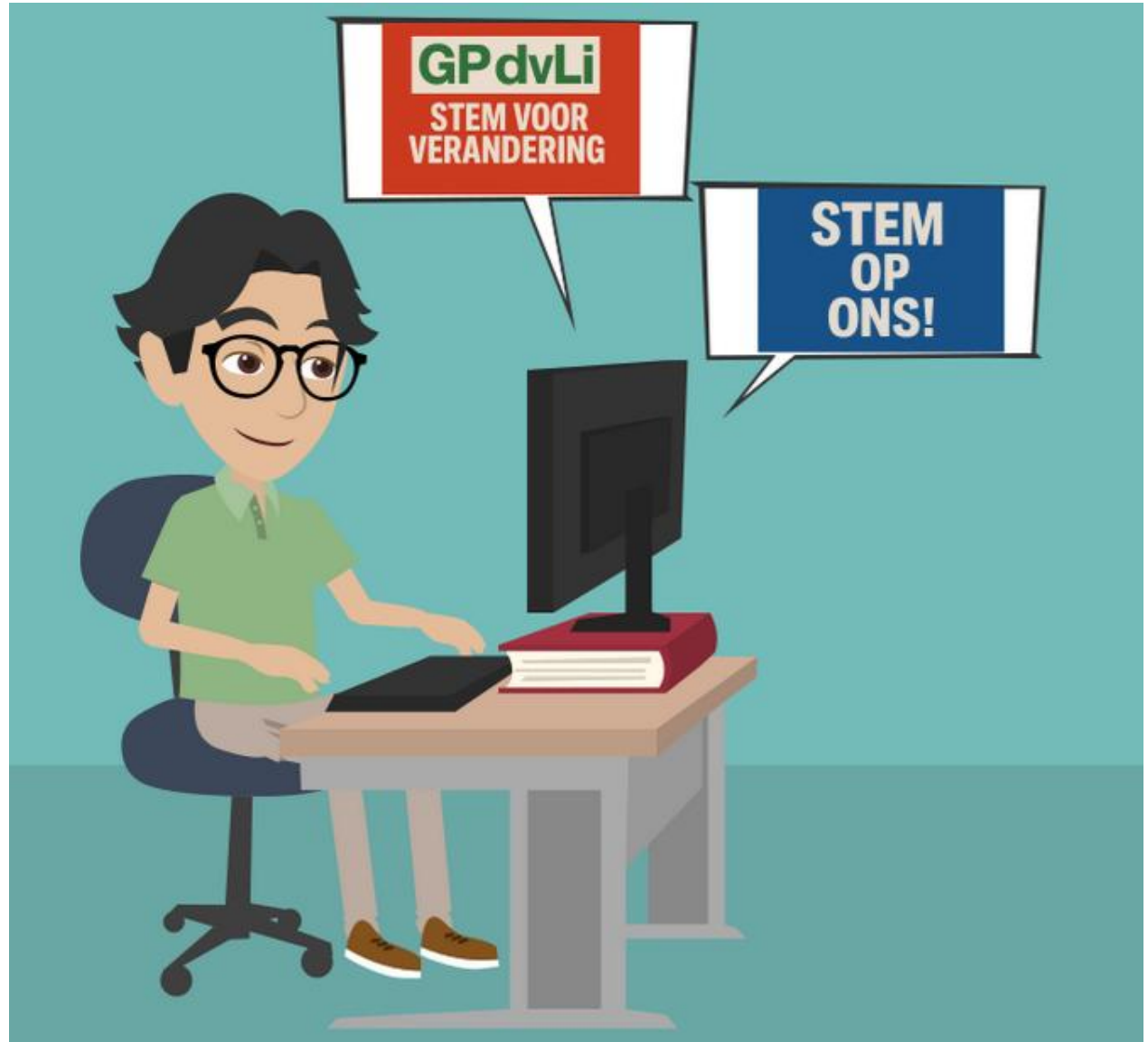
Hoe kan digitale assessment
bijdragen aan digital agency van
leerlingen en studenten?



Ipsos I&O (16 oktober 2025). *Politieke peiling.*

Luettgau et al. (2025)





AP (2025). *AI-Chatbots als stembulp.*



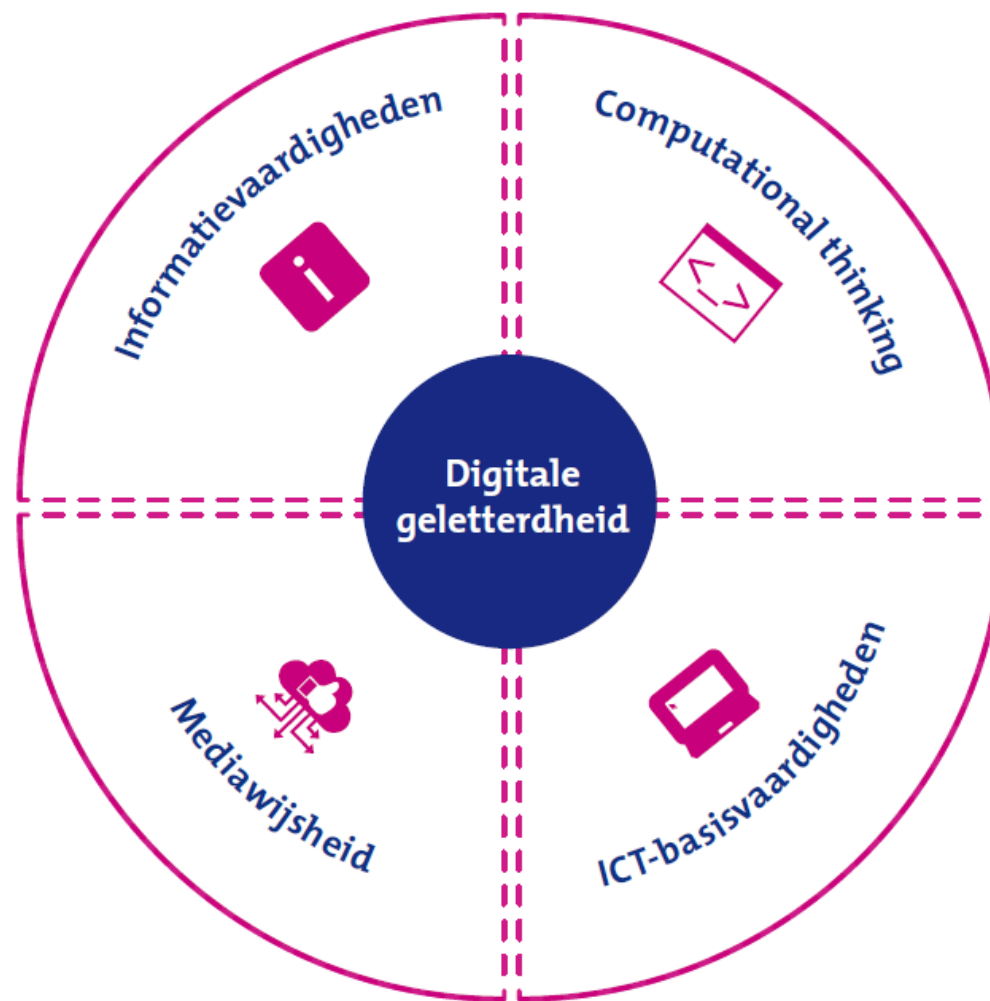
```
graph LR; A[Weten] --> B[Begrijpen]; B --> C[Handelen];
```

Weten

Begrijpen

Handelen

Digitale geletterdheid



Definitieve conceptkerndoelen SLO



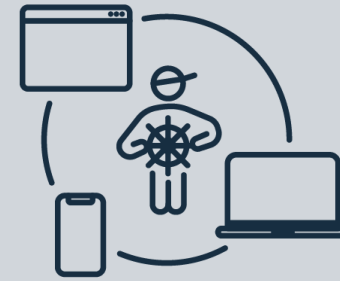
Van Digitale geletterdheid naar Digital agency



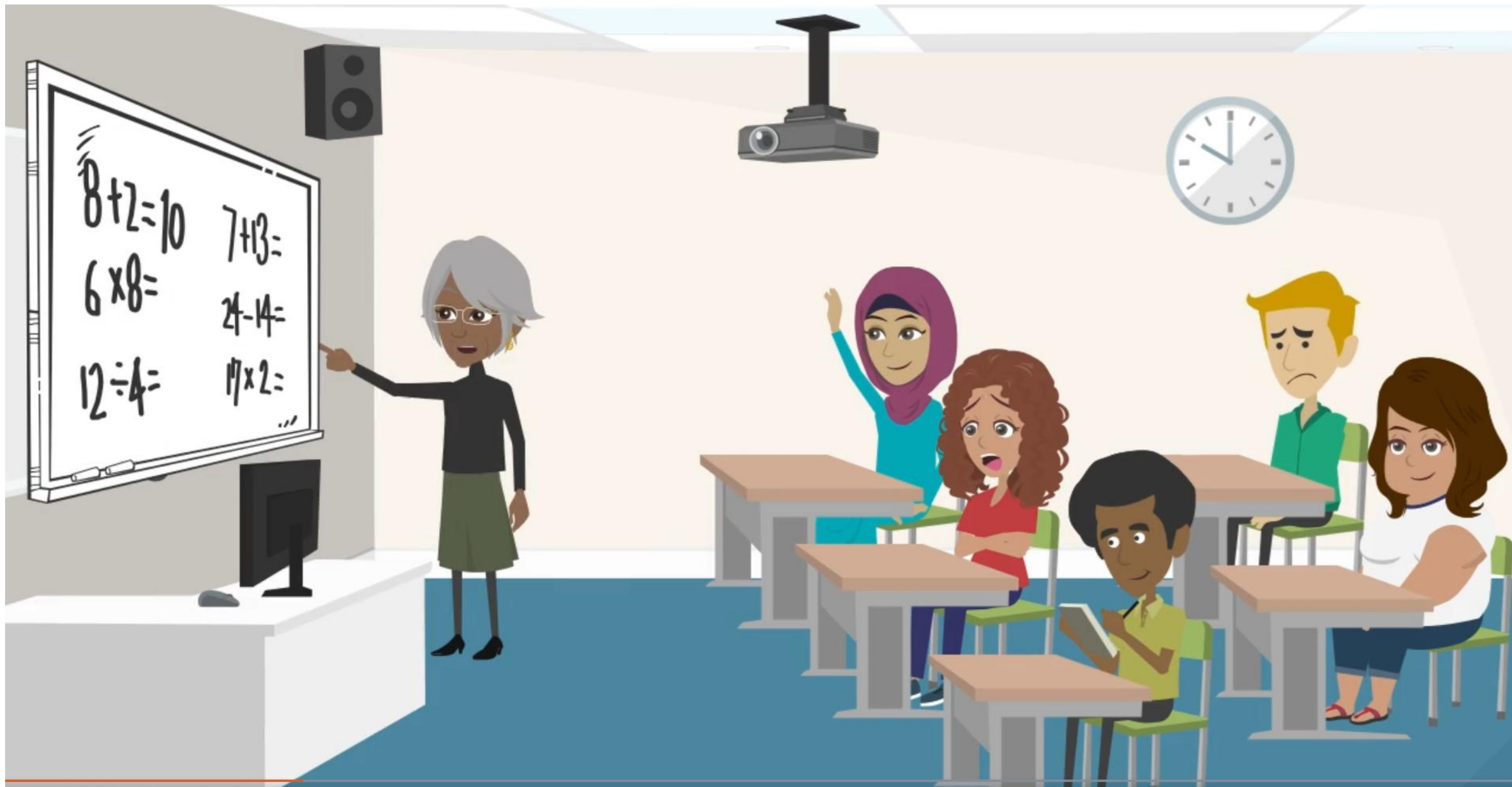
Digitale
geletterdheid



Mediawijsheid



Digital agency





Amira

Lars



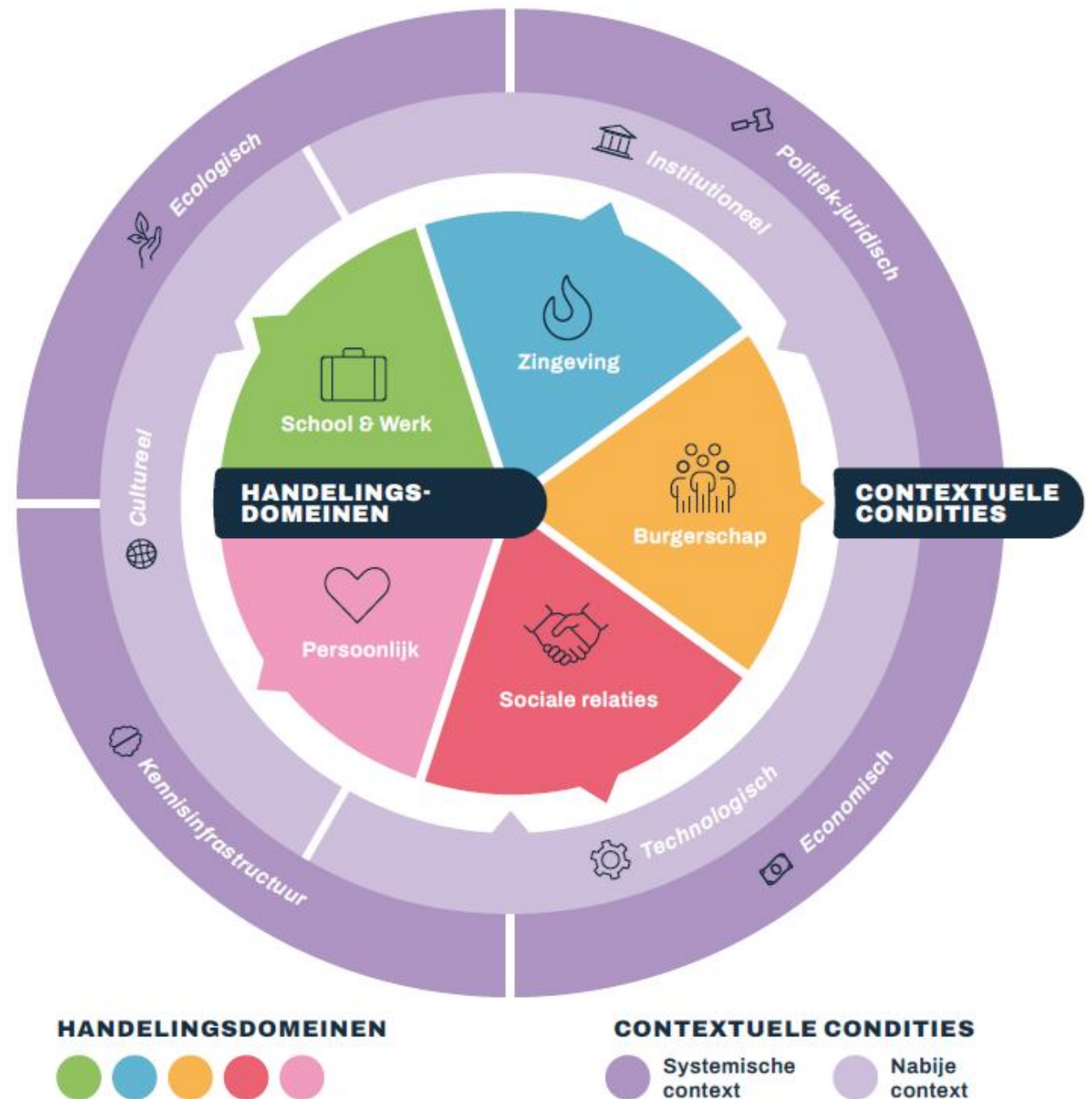


Kenmerk	Lars (geen digital agency)	Amira (wel digital agency)
Reactie op probleem	Wacht af, afhankelijk	Neemt initiatief
Gebruik van technologie	Passief, onzeker	Gericht, creatief
Leren	Stilstand	Actieve verdieping
Emotie	Frustratie	Zelfvertrouwen
Rol technologie	Hindernis	Hulpmiddel



Pedagogische wortels

Digital agency ontstaat nooit in een vacuüm



Saab, N. (2025, 31 oktober). *Digital agency in onderwijs en samenleving: op naar kritisch bewust technologiegebruik* [Inaugurele rede]. Universiteit Leiden.

<https://scholarlypublications.universiteitleiden.nl/handle/1887/4270715>

Handelingsdomeinen

Persoonlijk: zelfregulatie, welzijn

Sociaal: communicatie, samenwerking

Studie & werk: leren en professionele profilering

Zingeving: reflecteren op waarden en identiteit

Burgerschap: participatie in digitale maatschappij

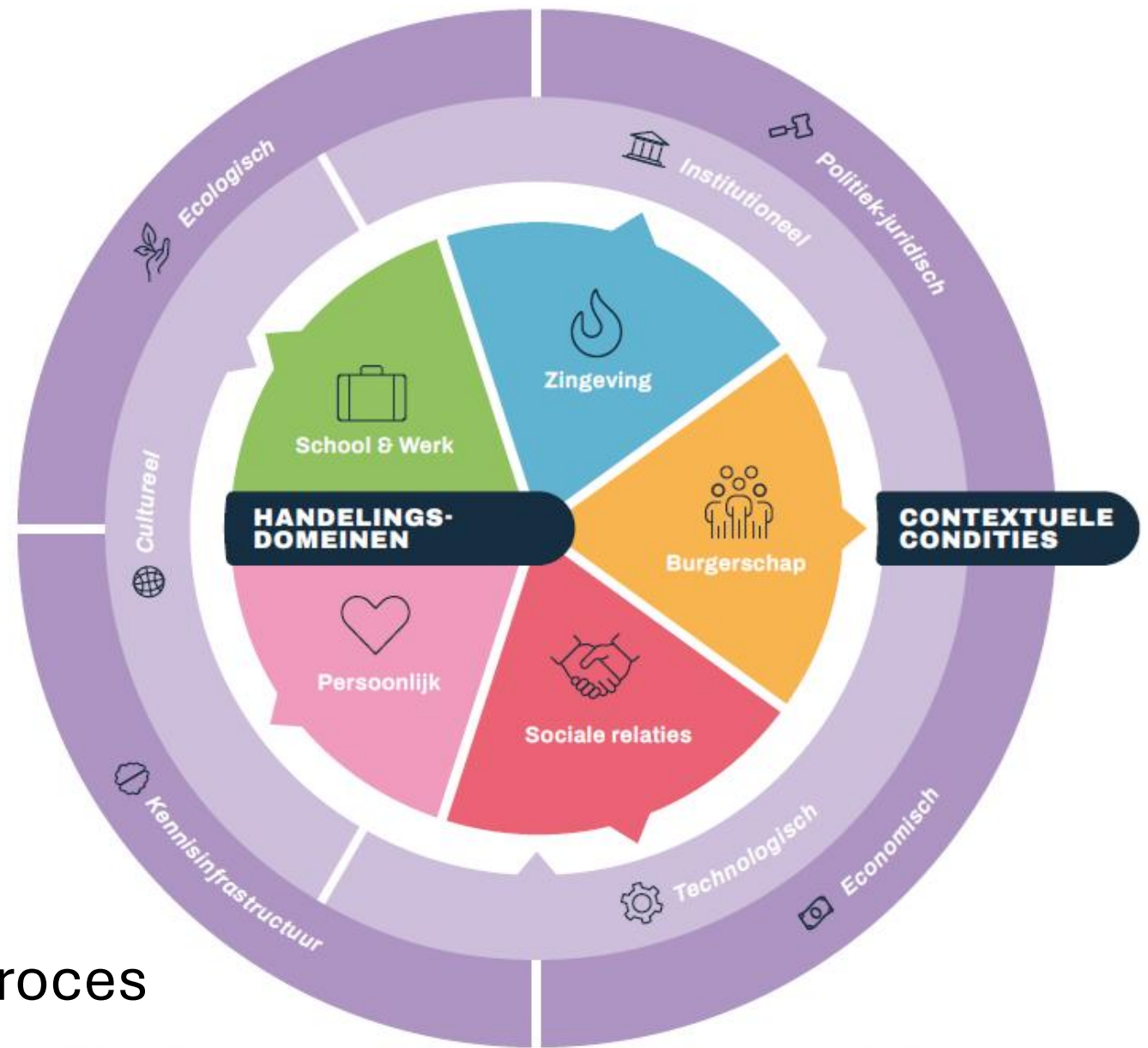
Contextuele condities

Nabije context:

- Institutioneel
- Technologisch
- Cultureel

Systemische context:

- Politiek-juridisch
- Economisch
- Kennisinfrastructuur
- Ecologisch

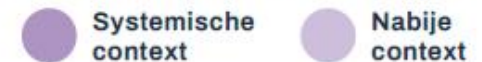


Digital agency als dynamisch proces

HANDELINGSDOMEINEN



CONTEXTUELE CONDITIES



Assessment als katalysator voor digital agency



Nieminen, J., Yan, Z., & Boud, D. (2025). Self-assessment design in a digital world: centring student agency. *Assessment & Evaluation in Higher Education*, 50, 732 - 746.

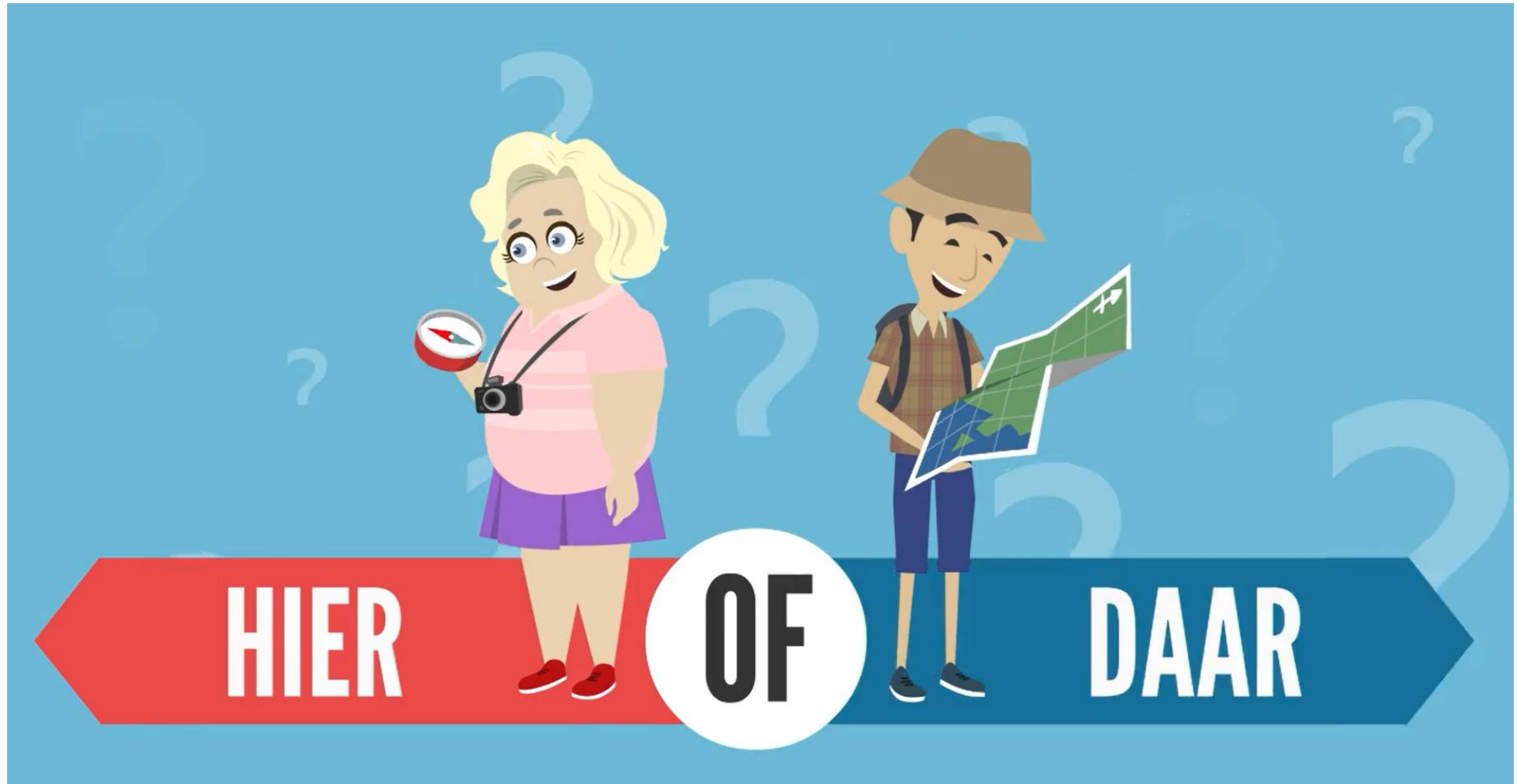
Ontwerpprincipes voor assessment voor het bevorderen van digital agency



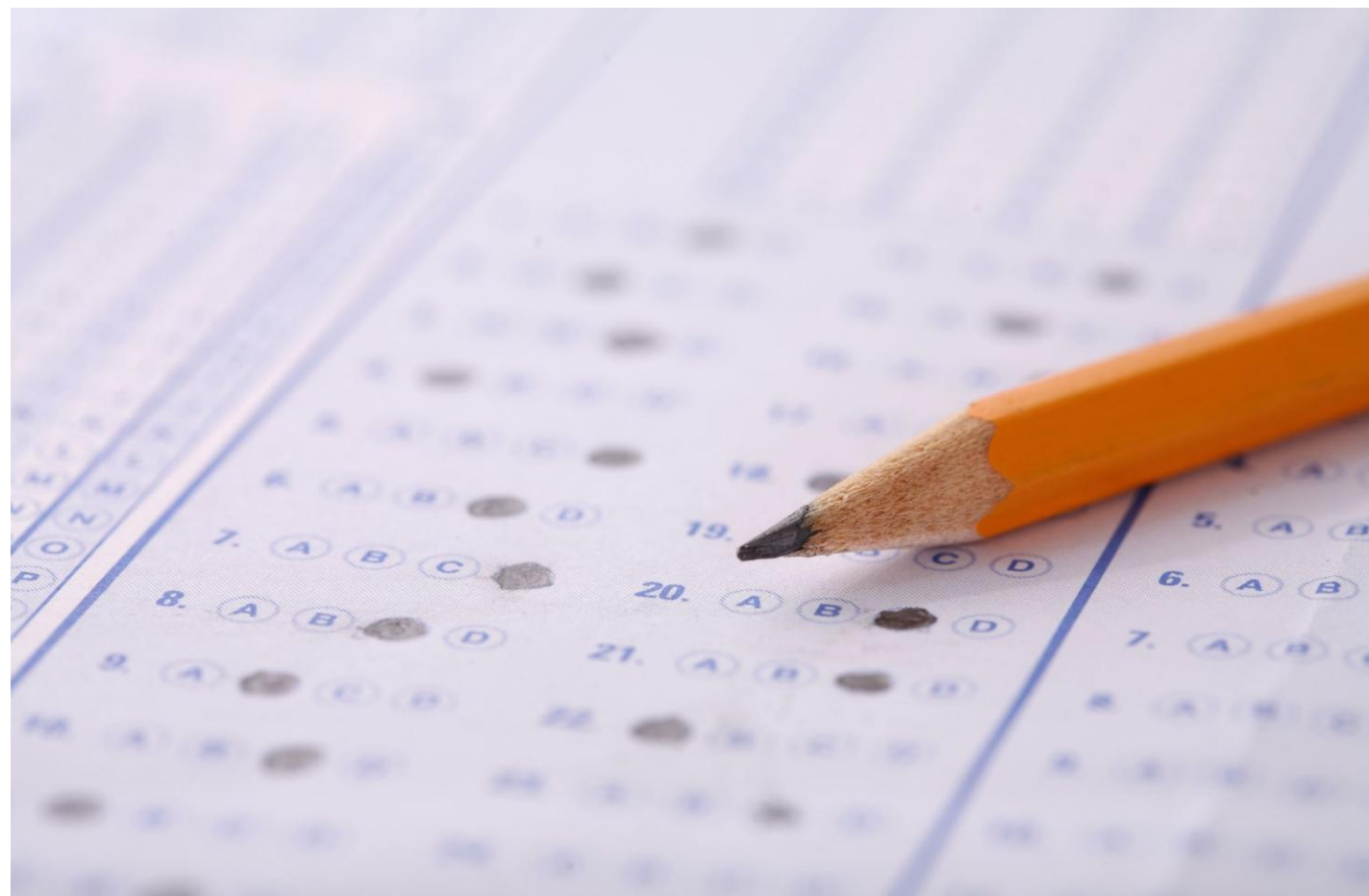
1. Authentieke assessment



2. Flexibiliteit en keuze



3. Zelfassessment



4. Peer assessment



5. Formatieve en dialogische feedback



6. Multimodale digitale producten



Ontwerpprincipes

Authentieke assessment

Flexibiliteit en keuze

Zelf assessment

Peer assessment

Formatieve en dialogische feedback

Multimodale producten

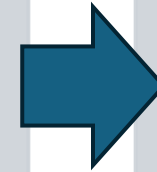
Ontwerprincipes

- Authentieke assessmenttaken
- Flexibiliteit en keuzevrijheid
- Zelfassessment en peer assessment
- Formatieve en dialogische feedback
- Multimodale opdrachten



Mechanismen in het leerproces

- Autonomie en besluitvorming
- Zelfregulatie en reflectie
- Participatie en beoordeling
- Eigenaarschap over leren
- Creatief en kritisch gebruik van digitale middelen



Digital agency

- Doelgericht handelen met technologie
- Kennis creëren in plaats van reproduceren
- Kritisch en verantwoordelijk participeren
- Zelfstandig leren in digitale contexten



Wanneer assessment agency beperkt

Voorbeelden die agency beperken

- Automatisch nagekeken multiple choice toetsen
- Learning analytics dashboards zonder uitleg
- Proctoring en surveillance tijdens toetsen
- Adaptieve systemen die het leerpad bepalen
- Digitale opdrachten met strikte formats

Voorbeelden die agency bevorderen

- Digitale portfolio's met eigen keuzes
- Open authentieke digitale projecten
- Peer feedback via digitale platforms
- Zelfassessment met digitale reflectietools
- Formatieve feedback met ruimte voor actie
- Multimodale eindproducten

Moeten we nu altijd digital agency met assessment bevorderen?

- Agency vraagt ook om structuur
- Niet alle leerdoelen vragen om agency
- Spanningsveld: betrouwbaarheid vs agency
- Institutionele en maatschappelijke eisen

Hoeveel agency, voor wie en op welk moment?



Waar ligt in het onderwijs de
juiste balans tussen
controle en agency?



N.Saab@iclon.leidenuniv.nl



Universiteit
Leiden
ICLON

Bronnen

- Nieminen, J., Yan, Z., & Boud, D. (2025). Self-assessment design in a digital world: centring student agency. *Assessment & Evaluation in Higher Education*, 50, 732 - 746. <https://doi.org/10.1080/02602938.2025.2467647>
- Nieminen, J., Haataja, E., & Cobb, P. (2024). From active learners to knowledge contributors: authentic assessment as a catalyst for students' epistemic agency. *Teaching in Higher Education*, 30, 970 - 990. <https://doi.org/10.1080/13562517.2024.2332252>
- Zenouzagh, Z., Admiraal, W., & Saab, N. (2025). Empowering students' agentic engagement through formative assessment in online learning environment. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 22. <https://doi.org/10.1186/s41239-024-00498-7>
- Stenalt, M. (2020). Researching student agency in digital education as if the social aspects matter: students' experience of participatory dimensions of online peer assessment. *Assessment & Evaluation in Higher Education*, 46, 644 - 658. <https://doi.org/10.1080/02602938.2020.1798355>
- Bearman, M., Nieminen, J., & Ajjawi, R. (2022). Designing assessment in a digital world: an organising framework. *Assessment & Evaluation in Higher Education*, 48, 291 - 304. <https://doi.org/10.1080/02602938.2022.2069674>
- Saab, N. (2025, 31 oktober). *Digital agency in onderwijs en samenleving: op naar kritisch bewust technologiegebruik* [Inaugurele rede]. Universiteit Leiden. <https://scholarlypublications.universiteitleiden.nl/handle/1887/4270715>