

Gespreksnotitie TikTok

TikTok's missie is om gebruikers te inspireren tot creativiteit en om ze plezier te brengen. TikTok is een bron van entertainment waar mensen kunnen ontdekken, creëren, zaken kunnen doen en verbinding kunnen vinden over de hele wereld. Dit heeft geleid tot een diverse en nog steeds groeiende community van meer dan een miljard mensen wereldwijd, waarvan 175 miljoen in Europa en 6 miljoen in Nederland. Met zo'n grote gemeenschap komt ook de verantwoordelijkheid voor een veilig en betrouwbaar platform.

Regels stellen voor een betrouwbaar platform

De basis voor het bieden van een betrouwbaar platform zijn onze [Community Guidelines](#). Deze regels gelden voor alles en iedereen op ons platform. De regels beschrijven zowel wat wel en niet is toegestaan op TikTok maar ook wat wel en niet aanbevolen kan worden in de 'Voor-Jou' Feed. De regels worden herzien om potentiële nieuwe risico's te ondervangen. Dit doen we aan de hand van advies van zowel interne als externe experts zoals NGO's of academici, bijvoorbeeld via onze [Europese Safety Advisory Council](#) of onze [Jeugdraad](#). Het handhaven van deze regels vereist het afwegen van fundamentele rechten, creatieve vrijheden en het voorkomen van mogelijke schade. Om recht te doen aan deze balans:

- Verwijderen we content die we niet toestaan;
- Beperken we de zichtbaarheid van content die niet geschikt is voor jongeren;
- Limiteren we content zodat deze niet in de Voor Jou feed verschijnt als deze niet aan onze aanbevelingsstandaarden voldoen;
- Informeren wij onze gebruikers met de juiste bronnen en tools om hun bewustzijn, mediawijsheid en handelingsperspectieven te vergroten.

We rapporteren elk kwartaal over onze handhaving van de regels en delen informatie over de werking van ons platform in ons [Transparantiecentrum](#).

Samen misinformatie tegengaan

Als wereldwijd actief platform, is het logisch dat mensen verschillende meningen uiten. Wij handelen echter op een basis van wereldwijd gedeelde feiten. We staan geen misinformatie toe die significante schade aan individuen of de samenleving toe kan brengen, ongeacht de intentie. We bouwen daarbij op [17 geaccrediteerde onafhankelijke fact-checking partners](#), aanwijzingen van publieke gezondheidsorganisaties en onze database van eerder geverifieerde claims om de juistheid van claims in content te beoordelen.

We detecteren misinformatie door onze geautomatiseerde technologie, meldingen van gebruikers en proactieve briefings door experts en onze fact-checking partners, zoals [dpa](#) voor Nederland. Als er gebeurtenissen zijn die we als 'hoog-risico' zien, zoals verkiezingen of natuurrampen, dan wordt er opgeschaald in opsporing met deze partners en zoeken we aanvullende kennis en partners. Zodra nieuwe misinformatie claims ontdekt worden, controleren we proactief het gehele platform op soortgelijke content. We hebben voor deze genuanceerde onderwerpen gespecialiseerde teams in dienst die zowel misinformatie als lokale context begrijpen.

We benadrukken ook het belang van mediawijsheid voor onze gebruikers via bruikbare [informatie](#) die ze helpt bij het herkennen van misinformatie, leren kritisch te kijken naar content en ze instrueert hoe content te melden. Voorbeelden daarvan zijn:

- We informeren gebruikers voordat ze een video delen of deze momenteel door fact-checkers beoordeeld wordt;



- Als mensen zoeken op onderwerpen die vatbaar zijn voor misinformatie, zoals natuurrampen, krijgen ze verwijzingen te zien naar betrouwbare informatie;
- We blokkeren zoekopdrachten naar hashtags en termen die schadelijke misinformatie claims steunen;
- We werken samen met Creators en organisaties zoals de VN, de WHO, Nieuwscheckers om het bewustzijn van wat betrouwbare informatie is en mediawijsheid vaardigheden te stimuleren

Daarnaast werken we samen met overheden om illegale en schadelijke informatie aan te pakken. We bieden deze partners een 'trusted flagger' status zodat content die zij melden versneld gemodereerd kan worden. In Nederland werken wij op deze manier onder andere samen met de NVWA en de Kansspelautoriteit.

Commerciële activiteiten van Creators op TikTok

Discussies over producten en services op TikTok moeten eerlijk en zichtbaar zijn. Om het misleiden van medegebruikers te voorkomen, eisen we van creators dat ze als ze een business, product of service promoten, dat ze dit duidelijk laten zien via onze [instellingen](#) voor contentpromotie. Creators kunnen zo verschillende labels gebruiken om andere gebruikers te laten zien wat de aard van hun content is. We suggereren ook of ze hun content niet willen labelen als we aanwijzingen hebben dat het commerciële content is. Als content niet correct is gelabeld dan verwijderen wij deze na moderatie.

Echter geloven we voornamelijk dat we creators een helpende hand moeten bieden bij het begrijpen en naleven van hun verantwoordelijkheden. Een goed voorbeeld van een manier waarop we dit doen is het de influencer certificering van [influencerregels.com](#). Een e-learning en register, ontwikkeld door de DDMA en de BvA en gesteund en gecontroleerd door de Reclame Code Commissie. Via deze certificering en bijbehorende uitleg leren creators over hun verantwoordelijkheden maar ook over de werking van platforms om hun commerciële relaties duidelijk zichtbaar te maken. Vanuit TikTok hebben we soortgelijke initiatieven in het VK (met de [ASA](#)) en Frankrijk (met de [ARPP](#)) van het begin af aan omarmt. Het helpen en onderwijzen van creators, die soms professioneel zijn, maar vaak ook niet, is cruciaal in het stimuleren van bewustzijn en naleving van geldende regels.

Aanbevelingen

Om burgers online beter te beschermen tegen potentiële misinformatie geloven we dat er meer aandacht nodig is voor voorlichting richting creators over hun (wettelijke) verantwoordelijkheden, dan wel onder de Mediawet, dan wel via initiatieven zoals influencerregels.com. De overheid, samen met platforms en adverteerders horen hier samen in op te trekken. Het uitbreiden van influencer certificering naar één helder Europees kader samen met de betrokken partijen helpt alle burgers en bedrijven in de EU.

Om burgers toekomstbestendig te beschermen tegen potentieel misleidende informatie geloven we dat brede investeringen in mediawijsheid, zowel op de platforms als door publieke partijen, nodig zijn. Extra inzet op samenwerkingen tussen publieke en private partners zoals het Netwerk Mediawijsheid, bibliotheken, platforms, overheden en scholen kan hier ook significant aan bijdragen. Specifieke samenwerkingen op onderwerpen zoals holocaust herdenking en (mentale) gezondheid tussen private en publieke partners kunnen burgers helpen bij het herkennen van (in-)correcte informatie.

