



## Toezicht op een veilige online omgeving voor jongeren

*Een overzicht van het speelveld, onze rol en knelpunten in het online toezicht*

*Rondetafelgesprek Jongeren en sociale media – Commissie Digitale Zaken, 28 mei 2025*

Jongeren brengen veel tijd door op sociale media: 65 procent opent 's ochtends als eerste app een van sociale media. Sociale media spelen ook een belangrijke rol in het informeren van deze groep: 78% van de jongeren gebruikt sociale media voor hun nieuwsgaring. Echter zijn journalistieke media beperkt zichtbaar op sociale media.<sup>1</sup> Een groter deel van het media-aanbod dat jongeren online tegenkomt, komt van influencers voor wie aanwezigheid op deze platforms een verdienmodel is. Hierdoor lopen jongeren het risico op oneigenlijke en overdadige commerciële beïnvloeding. Ook komen jongeren regelmatig in aanraking met onbetrouwbaar nieuws, informatie waarvan het voor hen niet duidelijk is of het wel of niet journalistiek is en schadelijke content, zoals geweld of onjuiste informatie.

Om deze problemen aan te pakken, is adequate wetgeving en samenwerking tussen toezichthouders, wetgevers, platforms en maatschappelijke organisaties cruciaal. Het is noodzakelijk om maatregelen te nemen die een veilige online omgeving voor jongeren waarborgen, zowel nationaal als internationaal. Dit vereist voortdurende monitoring, agendering van 'witte vlekken' in wetgeving en beleid, en een up-to-date toezicht op technologische ontwikkelingen, zoals AI. Voor het Commissariaat voor de Media reden een veilige online omgeving voor jongeren één van onze drie focusthema's te maken voor de periode 2025–2030.

### 1. Hoe ziet een veilige online omgeving voor jongeren eruit?

Het online domein biedt jongeren een wereld aan mogelijkheden en vermaak, maar brengt ook aanzienlijke risico's met zich mee. Cyberpesten, schadelijke online inhoud zoals geweld en pornografie, en online seksuele uitbuiting zijn enkele van de problemen die de geestelijke gezondheid en ontwikkeling van jongeren negatief kunnen beïnvloeden. Vanuit maatschappelijk oogpunt is het van belang dat jongeren zichzelf en de wereld online kunnen ontdekken, op een veilige manier die gelijk is aan de offlinewereld.

Op basis van de Mediawet houdt het Commissariaat toezicht op een deel van het online domein. Met ons toezicht dragen we bij aan het beschermen van jongeren tegen schadelijke content en ongewenste commerciële beïnvloeding in audiovisuele online content, zonder de grondrechten van jongeren te beperken en zonder de rechten van marktpartijen, innovatie en artistieke vrijheid van (bijvoorbeeld influencers) disproportioneel in te perken. In paragraaf 3 gaan we nader in op onze rol.

Het is belangrijk te erkennen dat sociale media niet stoppen bij landsgrenzen. Een veilige online omgeving voor jongeren dus ook niet. Daarom is het van belang dat wordt gezocht naar internationale oplossingen waarbij nauwe Europese samenwerking voor de hand ligt.

---

<sup>1</sup> Schut, K., Costera Meijer, I., Lauf, E. (2024) Jongeren, nieuws en sociale media. Een blik op de toekomst van het nieuws. Hilversum: Commissariaat voor de Media

## 2. Hoe ziet het speelveld eruit waarop het Commissariaat actief is?

Het speelveld bestaat uit verschillende organisaties die elk een andere rol spelen in het beschermen van jongeren tegen schadelijke online content, ongewenste commerciële beïnvloeding en in het bevorderen van hun competenties hoe kritisch en bewust om te gaan met media (mediawijsheid). Hieronder benoemen we op hoofdlijnen de relevante spelers, los van de rol van jongeren zelf.

|                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Platforms</b>                               | De grote socialemediabedrijven: Snapchat, YouTube, Instagram, X (Twitter), LinkedIn, WhatsApp, Facebook en TikTok. Snap (van Snapchat) is de enige videoplatformdienst die op dit moment in Nederland gevestigd is en onder het toezicht van het Commissariaat staat.                                                                                                                                                                        |
| <b>Video-uploaders</b>                         | Europese regelgeving en de Nederlandse Mediawet hebben invloed op de regels waaraan professionele plaatsers van video's op videoplatformdiensten, zogenoemde video-uploaders, zich moeten houden.                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Ouders en verzorgers</b>                    | Ouders en verzorgers hebben een cruciale functie in de online veiligheid van jongeren. Initiatieven van andere partijen zijn minder effectief als ouders en verzorgers deze niet toepassen in de thuissituatie, bewust of onbewust.                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Onderwijs</b>                               | Scholen leren jongeren over veilig internetgebruik, en bieden hulp bij problemen, zoals cyberpesten.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Netwerk Mediawijsheid</b>                   | Netwerk Mediawijsheid maakt zich hard voor een Nederland waarin iedereen mediawijs is of bezig is dat te worden. Het netwerk bestaat uit meer dan duizend organisaties zoals bibliotheken, culturele en media-, en onderwijsinstellingen.                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Openbaar Ministerie en politie</b>          | Besluiten over opsporing en vervolging van partijen die online aanzetten tot haat, uitingen doen van racisme of discriminatie. Een ieder die meent dat hiervan sprake is kan aangifte doen. Uiteindelijk oordeelt de strafrechter.                                                                                                                                                                                                           |
| <b>(Inter)nationale samenwerkingsverbanden</b> | In het Samenwerkingsplatform Digitale Toezichthouders (SDT) delen toezichthouders kennis en doen samen onderzoek, o.a. naar reclamevermeldingen voor minderjarigen. Ook werken zij bilateraal samen zoals tussen Commissariaat, ACM, AFM en de KSA. Hiernaast bestaan andere samenwerkingen tussen toezichthouders en nationale initiatieven, zoals DichterBijNieuws, gericht op versterking van de relatie tussen burgers en journalistiek. |



Op Europees niveau werken mediatoezichthouders samen in het kennisnetwerk EPRA en de European Media Board. We zijn, als Commissariaat voor de Media, dit jaar vicevoorzitter van de European Media Board en in 2026 voorzitter.

**Co- en zelfregulering**

Organisaties zoals NICAM (van de Kijkwijzer), Stichting Reclame Code (SRC) en DDMA, de branchevereniging voor data en marketing spelen een rol in de (zelf)regulering van de sector.

**3. Welke rol heeft het Commissariaat in dit speelveld?**

Het Commissariaat is de toezichthouder op de audiovisuele media op basis van de Mediawet. Voor de online omgeving betekent dit dat we toezicht houden op de in Nederland gevestigde videoplatforms (Snapchat) en de video-uploaders die audiovisuele content plaatsen op de in Nederland meest gebruikte videoplatforms, zijnde YouTube, TikTok en Instagram. Hiernaast houden we toezicht op de publieke omroepen die actief zijn in de online omgeving. Binnen ons toezicht richten we ons op de grootste problemen, inclusief schadelijk gedrag dat niet altijd (overduidelijk) illegaal is. Doorlopend monitoren we de risico's voor de publieke belangen waar we ons voor inzetten en passen we onze prioriteiten indien nodig aan.

De afgelopen drie jaar richtte het Commissariaat zich vooral op bescherming van jongeren en het tegengaan van gebrekkige commerciële transparantie bij video-uploaders met meer dan 500.000 volgers. Voor deze groep was toezicht nieuw. Hierom heeft het Commissariaat de afgelopen periode grotendeels tijd besteed aan voorlichting en normoverdracht. In veel gevallen wordt met informele middelen het doel bereikt, maar indien een uploader geen verbetering toont, kan een waarschuwing of boete volgen. Tot dusver heeft het Commissariaat twee boetes opgelegd voor het niet naleven van regels. Omdat we ook risico's zien voor o.a. de bescherming van jongeren bij uploaders met minder volgers breiden we ons toezicht per 15 juni uit naar uploaders met minder dan 500.000 volgers.

Het toezicht op Snapchat houdt onder andere in dat we samen een gedragscode opstelden. Videoplatformdiensten moeten passende maatregelen nemen ter bescherming van minderjarigen tegen schadelijke inhoud, en van alle gebruikers tegen het aanzetten tot haat, geweld en terrorisme. Deze maatregelen zijn vastgelegd in de gedragscode. Denk aan de mogelijkheid om bij het platform een melding te doen en de criteria die het platform hanteert voor het verwijderen van content.

Voor het toezicht op andere videoplatforms hebben we nauw contact met de toezichthouder van het land van vestiging. YouTube, Instagram en TikTok hebben hun Europese hoofdkantoor in Dublin waardoor zij onder de Ierse toezichthouder vallen. Hiernaast zetten we in op onderzoek, het monitoren van signalen en ontwikkelingen en het agenderen van 'witte vlekken' in wetgeving



en beleid. Daar waar we geen wettelijk mandaat hebben kunnen we ervoor kiezen informele instrumenten in te zetten, zoals voorlichting en gesprekken om schadelijk gedrag te voorkomen.

Het onderwerp sociale media en jongeren raakt twee focusthema's uit onze huidige strategie: een robuuste nieuwsvoorziening en veilige online omgeving voor jongeren. Momenteel werken we aan een nadere uitwerking van deze thema's en bepalen we op welke specifieke problemen we ons de komende tijd richten.

Een greep uit de onderwerpen die internationaal op de agenda staan, gerelateerd aan de online veiligheid van jongeren en de robuuste nieuwsvoorziening:

- Leeftijdsverificatie
- Systemen voor verificatie en classificatie van audiovisueel media-aanbod en daaraan gekoppelde *parentalcontrolmaatregelen*
- *Dueprominencemaatregelen* voor meer zichtbaarheid en vindbaarheid van audiovisuele mediacontent van algemeen belang als tegenwicht voor desinformatie
- Afspraken met marktpartijen over bestrijden van online desinformatie (Code of Conduct)
- Stimuleren van (digitale) mediawijsheid door kennisdeling tussen Europese toezichthouders
- Evaluatie van de audiovisuele mediadienstenrichtlijn (AVMSD) in 2026 en eventueel opvolgend herziening ervan

#### 4. Waar loopt het Commissariaat tegenaan in het toezicht?

Wetgeving loopt vaak achter op de praktijk. Bij het toezicht op uploaders heeft het Commissariaat te maken met normen die zijn bedacht voor meer traditionele media-instellingen. De Mediawet maakt bijvoorbeeld geen onderscheid tussen een influencer met een beperkt aantal volgers en een internationaal opererende partij als Netflix, terwijl dit twee verschillende grootheden zijn. Ook zijn mediadiensten steeds vaker een mix (hybride diensten), zoals live content (lineair) op een online platform. Dit maakt normen soms lastig toe te passen. Ook ziet het Commissariaat een steeds verdergaande vervaging tussen redactionele content en commerciële beïnvloeding. Om dergelijke risico's te mitigeren roepen we op wetgeving zo techniekneutraal mogelijk te formuleren en hierin meer open normen op te nemen. Hiermee kan de toezichthouder zich flexibeler en wendbaarder opstellen dan op basis van de huidige Mediawet.

--//--