



Ministerie van Binnenlandse Zaken en
Koninkrijksrelaties



Kinderrechten Impact Assessment op TikTok

30 mei 2025

Leeswijzer

Vooraf

In opdracht van het Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties (BZK) heeft Berenschot een drietal Kinderrechten Impact Assessments (KIA) uitgevoerd. In het KIA kunnen de kansen en risico's van een digitale dienst uiteengezet worden in relatie tot de rechten en het welzijn van kinderen. Het instrument omvat een invullijst, handleiding en een juridisch kader.¹ Het instrument KIA is niet bedoeld om te beoordelen of een digitale dienst aan wet- en regelgeving voldoet.

Het voorliggend KIA is uitgevoerd op TikTok. Vooraf willen wij als onderzoekers van Berenschot benadrukken dat het vanwege de complexiteit van het onderwerp belangrijk is het gehele document te lezen. Dit helpt om alle nuances en details te begrijpen.

De opdracht die BZK aan ons heeft verstrekt bestaat uit verschillende onderdelen en is uitgewerkt in verschillende, separate documenten, namelijk:

1. het Kinderrechten Impact Assessment uitgevoerd voor TikTok
2. het Kinderrechten Impact Assessment uitgevoerd voor Snapchat
3. het Kinderrechten Impact Assessment uitgevoerd voor Instagram
4. de begeleidende onderzoeksrapportage bij de uitvoering van de Kinderrechten Impact Assessments op Instagram, TikTok en Snapchat
5. de juridische context van kinderrechten en de beleidsmatige context van het KIA
6. een evaluatie van het Kinderrechten Impact Assessment als instrument
7. een analyse van de resultaten van de verplichtingen op grond van de digitaledienstenverordening (hierna: DDV) in vergelijking met het KIA.

In het huidige document verwijzen we naar de andere documenten. Voor een volledig beeld van het onderzoek raden we aan om de desbetreffende documenten te raadplegen. De evaluatie, de juridische context en de DDV analyse betreffen interne documenten voor BZK en worden om die reden niet openbaar gepubliceerd.

In deze leeswijzer geven we een toelichting op hoe het onderhavige KIA het beste gelezen kan worden. We starten met een beknopte beschrijving van de opzet van het KIA en geven aan hoe wij de vragen per hoofdstuk hebben beantwoord. Daarna presenteren we een aantal belangrijke disclaimers en beperkingen van het onderzoek die van belang zijn bij het lezen van het document.

Opzet van het KIA en de manier waarop wij de vragen hebben beantwoord per hoofdstuk

Het onderzoek kent een afgebakende omvang en tijdsspanne. De opdracht is uitgevoerd van juli 2024 tot en met maart 2025. De impact assessments zijn uitgevoerd van oktober 2024 tot en met december 2024. In onderstaande beschrijvingen doelen we dan ook op de wetenschappelijke literatuur en gerenommeerde openbare bronnen die we binnen het bestek van het onderzoek hebben gevonden. Ontwikkelingen die hebben plaatsgevonden na deze tijdsperiode zijn niet meegenomen in het onderzoek.

- **Hoofdstuk 1** gaat in op de vraag of het nodig is voor een digitale dienst een KIA uit te voeren. Dit wordt vormgegeven in een aantal pre-scan vragen.
- **Hoofdstuk 2** bestaat uit twee delen: (1) een beschrijving van de digitale dienst; (2) de bijdrage van de digitale dienst aan het welzijn van kinderen (ofwel de kansen die de digitale dienst biedt). De vragen naar de bijdrage aan de welzijn van kinderen worden gesteld aan de hand van een aantal waarden. Het KIA vraagt bijvoorbeeld naar de bijdrage van de digitale dienst aan zingeving, het gevoel van eigenwaarde, het stimuleren van nieuwsgierigheid, openheid voor nieuwe ervaringen en creatieve vaardigheden.

¹ [Kinderrechten impact assessment \(invuldocument\) - Digitale Overheid](#)

Wij hebben de vragen als volgt beantwoord. Deel 1 - de beschrijving van de digitale dienst en de functionaliteiten - hebben we gebaseerd op openbare informatie van de digitale dienst zelf. De beantwoording van deel 2 - de vragen over de bijdrage aan het welzijn van kinderen - hebben we als volgt opgebouwd:

- We starten met inzichten vanuit experts en wetenschap over hoe social media in het algemeen een bijdrage aan deze waarden kunnen leveren.
 - Vervolgens lichten we de bijdrage van TikTok aan het realiseren van deze waarden voor kinderen toe. Dit doen we tevens op basis van wetenschappelijke literatuur, gerenommeerde openbare bronnen en de functionaliteiten van het platform.
- **Hoofdstuk 3** vraagt naar de beschrijving van risico's. Het is gestructureerd aan de hand van zeven risicocategorieën en een invulveld voor overige risico's. Dit betreft de volgende zeven categorieën: (1) content risico's; (2) gedragsrisico's; (3) contactrisico's; (4) consumentrisico's; (5) geavanceerde technologierisico's; (6) privacyrisico's en (7) gezondheidsrisico's. De laatste drie risicocategorieën betreffen doorsnijdende risico's (cross-cutting risks). Deze risico's kunnen zich voordoen in alle eerder genoemde risicocategorieën. Tevens kunnen dergelijke risico's in onderlinge samenhang de impact voor kinderen op hun rechten en welzijn mogelijk vergroten of vermeerderen.²

Na het beschrijven van het risico in de betreffende risicocategorie vraagt het KIA om de kans en de impact van de risico's in te schatten op een schaal van hoog, midden of laag. De vermenigvuldiging van kans en impact zou de totale risico-inschatting van de betreffende risicocategorie moeten vormen.

Bij het beschrijven van de risico's hebben wij als onderzoekers de volgende opzet gehanteerd:

- Toelichting op de beschrijving van het risico. Tijdens onze analyse hebben we geconstateerd dat wetenschappelijke literatuur zich tot op heden voornamelijk richt op social media in het algemeen en in mindere mate op een specifiek platform. Dit biedt echter alsnog relevante inzichten voor de individuele assessments. We beschrijven daarom eerst het bruto risico op socialmediaplatforms in het algemeen. Daarna specificeren we het risico voor de specifieke digitale dienst.
 - Toelichting op de risico- inschatting. Bij de risico-inschatting vraagt de KIA-handleiding om de kans en de impact van het risico te beschrijven. Wij hebben geen onderbouwde, kwantificeerbare, openbare informatie over de kans (waarschijnlijkheid) dat een risico zich voordoet op het platform kunnen vinden. Ook heeft TikTok geen gehoor gegeven aan ons verzoek om informatie op dit punt. Daarom hebben wij geen inschatting kunnen maken van de kans.
 - Vanwege het gebrek aan voldoende informatie over de kans dat een risico zich voordoet, hebben we besloten om de inschaling van de impact in de categorieën laag, midden of hoog in de tabel achterwege te laten. Op deze manier voorkomen we dat er een vertekend beeld ontstaat over de totale beoordeling van de risico-inschatting. Door het gebrek aan informatie over de kans dat een risico zich voordoet, hebben ook geen totale risicobeoordeling kunnen maken.
- In **hoofdstuk 4** dienen er, indien er (mogelijke) risico's zijn geïdentificeerd, handelingsopties te worden bepaald. In deze stap moeten maatregelen gedefinieerd worden die de eerder geformuleerde risico's kunnen mitigeren. Het KIA vraagt om een risico-classificatie, risico omschrijving, maatregelen, de beschrijving van het restrisico en een beheerder.

Als externe onderzoekers hebben wij geen toegang gekregen tot interne documentatie van de digitale dienst over maatregelen. Op basis van openbare informatie van de dienst zelf, hebben wij een beschrijving van getroffen maatregelen gemaakt. Het is mogelijk dat de lijst met maatregelen die we in het KIA noemen niet uitputtend is. Dit kan verschillende oorzaken hebben: (1) ontbrekende maatregelen waren nog niet in werking getreden of bekend tijdens de uitvoering van het onderzoek; (2) ontbrekende maatregelen zijn niet openbaar bekend en (3) wij hebben ontbrekende maatregelen niet kunnen vinden binnen de tijdsspanne en reikwijdte van het onderzoek. Zoals gesteld vraagt hoofdstuk 4 om het beschrijven van het restrisico. Het restrisico is het brutorisico minus de effecten van de genomen maatregelen. We hebben TikTok verzocht om deze informatie met ons te delen, maar deze is niet tot onze beschikking gesteld. Doordat wij geen informatie hadden over de effectiviteit van de maatregelen, hebben we de restrisico's niet kunnen bepalen.

- **Hoofdstuk 5** vraagt ten slotte om de afweging te maken tussen de bijdragen met betrekking tot de rechten en het welzijn van kinderen enerzijds en de risico's anderzijds. Door onder andere de risico's, de

² Invuldocument p. 8.

zwaarte van de risico's, de doeltreffendheid van de digitale dienst en de bijdrage aan kindermwelzijn tegen elkaar af te wegen, kan bepaald worden welke impact de dienst heeft op de rechten en het welzijn van kinderen.³ Deze afweging leidt tot een inschatting van de mate waarin de digitale dienst de rechten en het welzijn van kinderen positief dan wel negatief beïnvloedt. Daarnaast kan worden gesteld dat het hebben van verschillende voordelen bij gebruik van een digitale dienst, niet betekent dat de risico's verminderen of verdwijnen. Voorgenoemde is meegenomen in de afweging.

Bij het beantwoorden van de vragen hebben we de instructies van de KIA handleiding nauwgezet gevolgd. Daarnaast hebben we met betrekking tot vervolgacties een aantal suggesties voor maatregelen gegeven die de digitale dienst eventueel (aanvullend) zou kunnen treffen.

Disclaimers

- **Officiële procedure Europese Commissie:** op 17 december 2024 heeft de Europese Commissie een formele procedure onder de digitaaldienstenverordening tegen TikTok geopend.⁴ In het voorliggende onderzoek trekken wij dan ook geen voorbarige conclusies over de uitslag die uit deze formele procedure komt.
- **DDV risicobeoordeling en controlerapporten:** Op 26 november 2024 zijn de onder de DDV verplichte risicobeoordelingen en onafhankelijke controlerapporten gepubliceerd.⁵ Voor TikTok zijn de risicobeoordeling en het controlerapport [hier](#) te vinden. De conceptversies van de KIA's waren op het moment van publicatie van deze documenten al gereed. We hebben daarom op verzoek van BZK een aanvullende analyse gedaan die de doeleinden van de controlerapporten, de risicobeoordelingen en het KIA met elkaar vergelijkt. Uit deze analyse kwam naar voren dat de doeleinden van de rapporten niet (geheel) overeenkomen. De rapporten zijn complementair aan elkaar. Alle drie de documenten hebben een ander doel en daarmee een andere meerwaarde. We hebben de documenten daarom niet betrokken in het formuleren van conclusies in het KIA. Een extra reden om deze rapporten niet in het KIA te gebruiken en hier conclusies aan te verbinden, is dat in de DDV rapporten wordt benoemd dat deze niet voor andere doeleinden mogen worden gebruikt. Voor geïnteresseerden kunnen de risicobeoordelingen en de controlerapporten een nuttige bron van informatie zijn. De risicobeoordeling geeft een beeld van de risico's die TikTok zelf ziet op het platform en de maatregelen die daartegen genomen worden.

Beperkingen van het onderzoek

- **Zelf-assessment.** Het KIA is ontworpen als zelf-assessment om discussies over de impact van digitale diensten op de rechten en het welzijn van kinderen te faciliteren.⁶ Het KIA heeft geen juridische grondslag. Het instrument kan de functie aannemen van een vrijwillig beleidsinstrument. De nadruk van het zelf-assessment ligt voornamelijk op de bewustwording die ontstaat door de dialogen tijdens het proces en een eventuele aanpassing van het ontwerp van een digitale dienst zodat kansen voor kinderen vergroot worden en de risico's gemitigeerd. Alhoewel het assessment als zelf-assessment is ontworpen, kan het ook door externe onderzoekers worden ingevuld. Echter, zijn sommige vragen in het invuldocument in mindere mate geschikt voor beantwoording door externe onderzoekers zonder medewerking van de digitale diensten. Waar dit aan de orde was, hebben we dit nadrukkelijk aangegeven in de invuldocumenten. Het is daardoor mogelijk dat er bepaalde informatie mist in de uitwerking van de KIA's.
- **Medewerking digitale dienst.** Voorafgaand aan de uitvoering van het KIA is TikTok gevraagd om medewerking te verlenen aan het onderzoek. Dit verzoek is afgewezen. Tijdens de uitvoering van het assessment hebben wij verhelderende vragen gesteld en aanvullende informatie opgevraagd. TikTok wilde daar echter ook geen medewerking aan verlenen. Dit betekent dat we geen toegang hadden tot belangrijke interne informatie van de digitale dienst zelf. We hebben het assessment daardoor uitgevoerd op basis van openbare informatie van het platform, wetenschappelijk onderzoek en gerenommeerde openbare bronnen. Gedurende de uitvoering van het assessment bleek dat we geen toegang hadden tot cruciale

3 Informatie over de kans dat een risico voorkomt op de digitale dienst en informatie over de effectiviteit van de genomen maatregelen waren niet bekend bij de onderzoekers. Het ontbreken van deze informatie is meegenomen in de afweging.

4 [Commission opens formal proceedings against TikTok under DSA.](#)

5 [Very large online platforms and search engines to publish first risk assessment and audit reports under the Digital Services Act | Shaping Europe's digital future](#)

6 [Kinderrechten impact assessment \(invuldocument\) - Digitale Overheid.](#)

informatie om bepaalde vragen goed te kunnen beantwoorden. Waar dit aan de orde was, hebben we dit nadrukkelijk aangegeven in het KIA. Het is hierdoor mogelijk dat er belangrijke informatie ontbreekt.

- **Ontbreken risico-inschatting.** Op basis van de risicobeschrijving vraagt de KIA-handleiding een risico-inschatting te geven van het desbetreffende risico. Bij de risico-inschatting moeten zowel de kans als de impact van het risico geëvalueerd worden. Bij de kans wordt gevraagd naar hoe waarschijnlijk het is dat het risico zich voordoet. Bij de impact wordt gevraagd naar de ernst van de gevolgen als het risico zich voordoet. Wij hebben deze overkoepelende risico-inschatting echter niet kunnen maken om de volgende reden. Op basis van de door ons geraadpleegde openbare bronnen en het ontbreken van de medewerking van de digitale dienst, kunnen wij als onderzoekers niet beoordelen hoe groot de kans is dat kinderen in aanraking komen met de verschillende potentiële risico's op het platform. Op basis van wetenschappelijke literatuur hebben we wel uitgebreide informatie over de potentiële impact van de genoemde risico's gevonden. Om een vertekend beeld rondom de risico's te voorkomen, hebben we ervoor gekozen om de inschaling van de impact in de categorieën laag, midden of hoog achterwege te laten. Aangezien we geen inschalingen hebben kunnen maken van de kans en daarom ook niet van de impact, leidt voorgenoemde tot het ontbreken van de totale overkoepelende risico-inschattingen.
- **Beschikbare literatuur.** Bij het uitvoeren van het KIA hebben we voornamelijk gebruik gemaakt van wetenschappelijke literatuur. Er is veel onderzoek gedaan naar de kansen en risico's van sociale media in het algemeen en naar de impact van sociale media op kinderen. Echter hebben we binnen de reikwijdte van dit onderzoek over bepaalde onderwerpen geen specifieke wetenschappelijke literatuur kunnen vinden. Ook blijkt er minder wetenschappelijke literatuur beschikbaar die zich specifiek richt op individuele digitale diensten. Waar we geen of beperkte informatie beschikbaar hadden, hebben dit nadrukkelijk in het invuldocument aangegeven.
- **Hoor en wederhoor toegepast.** Na de uitvoering van het KIA hebben we het concept document gedeeld met TikTok. We hebben de vraag gesteld of er feitelijke onjuistheden in het document stonden en hoe we deze eventueel zouden kunnen aanpassen. Hier is geen gehoor aan gegeven. BZK heeft de drie onderzochte digitale diensten de mogelijkheid geboden om een zienswijze op de concept documenten aan te leveren. TikTok en Snapchat hebben een zienswijze ingediend. Meta (Instagram) heeft laten weten hier vanaf te zien. De zienswijzen van TikTok en Snapchat zijn toegevoegd aan het betreffende KIA. Wij hebben als onderzoekers reacties geschreven op de zienswijzen. Deze zijn tevens toegevoegd in de bijlage van de desbetreffende KIA's.
- **Afgebakende reikwijdte en tijdsspanne.** Het onderzoek had een afgebakende omvang en tijdsspanne. De opdracht is uitgevoerd van juli 2024 tot en met maart 2025. De impact assessments zijn uitgevoerd van oktober 2024 tot en met december 2024. Ontwikkelingen die hebben plaatsgevonden na deze tijdsperiode zijn daardoor niet meegenomen in het onderzoek.
- **Betrokkenheid kinderen.** Volgens de ontwikkelaars van het KIA is het aan te raden kinderen te betrekken bij het beantwoorden van de vragen. Het was echter binnen de omvang en het tijdsbestek van de opdracht niet mogelijk om dit volledig te doen. We hebben een kinderpanel georganiseerd waarbij we onderwerpen uit het assessment hebben besproken met kinderen. In de begeleidende onderzoeksrapportage presenteren we een weergave van deze gesprekken. Deze uitspraken zijn echter illustratief en kunnen niet als resultaat van het onderzoek beschouwd worden.

Inhoudsopgave

Inleiding	7
1. Voorbereidingen	8
2. Doelstelling	9
3. Risico's	32
4. Handelingsopties	68
5. Afweging	79
Bijlage 1: Hoor en wederhoor	87
1. Zienswijze TikTok	87
2. Reactie Berenschot op zienswijze TikTok	89
3. Reactie Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties op zienswijze TikTok	92

Inleiding

Ontwikkelt u digitale diensten gericht op kinderen? Dan moet u rekening houden met de risico's die deze opleveren voor het kindermilieu. Voor u ligt het Kinderrechten Impact Assessment (KIA). Het Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties (BZK) heeft het KIA laten ontwikkelen om u te helpen bij het in kaart brengen van de mogelijke impact van de digitale dienst op de rechten en het welzijn van kinderen.

Het hoofddoel van het assessment is het faciliteren van discussies over de impact van digitale diensten op kinderrechten. Het assessment kan tevens dienen als verantwoordingsinstrument, maar de nadruk ligt voornamelijk op de bewustwording die ontstaat uit de dialogen tijdens het KIA-proces.

Het KIA bestaat uit een **invuldocument** en een **handleiding**. Het invuldocument kunt u gebruiken om de antwoorden op de vragen vast te leggen die tot doel hebben om de impact op kinderen in kaart te brengen. In de bijbehorende handleiding vindt u alle achtergrondinformatie die u nodig heeft om deze vragen goed te kunnen beantwoorden. Daarnaast geeft de handleiding informatie over het proces. Voor een goed overzicht corresponderen de hoofdstukken in dit invuldocument met de hoofdstukken in de handleiding.

- *Wilt u meer weten over het KIA, wanneer u een KIA moet uitvoeren, hoe dit samenhangt met andere assessments en welk proces u moet volgen? Lees dan nu de inleiding van de handleiding.*

1. Voorbereidingen

Pre-scan vragen

Het uitvoeren van een KIA is een belangrijke stap bij het waarborgen van de bescherming van de rechten van kinderen in relatie tot digitale diensten. Maar is het KIA voor u relevant? Om dit te bepalen kunnen de volgende vragen u helpen.

➤ *Meer toelichting bij de pre-scan vragen vindt u in hoofdstuk 1 van de handleiding.*

1.1 Biedt u een digitale dienst aan of gebruikt u deze?

☒ Ja ☐ nee

1.2 Is de digitale dienst feitelijk toegankelijk voor of wordt deze ingezet bij personen jonger dan 18 jaar?

☒ Ja ☐ nee

1.3 Indien u vraag 1.2 met 'nee' beantwoordt, kunt u aantonen dat de dienst niet zal worden gebruikt door personen jonger dan 18 jaar of deze niet wordt ingezet bij personen jonger dan 18 jaar?

☐ Ja ☐ nee

Heeft u vraag 1.2 met 'ja' en vraag 1.3 met 'nee' beantwoord, ga dan door met het beantwoorden van de vragen. Wanneer uw dienst niet toegankelijk is voor personen onder de 18 jaar of niet bij hen wordt ingezet, dan kunt u stoppen met het uitvoeren van het KIA.

2. Doelstelling

Om de potentiële impact van een digitale dienst grondig te kunnen beoordelen, is het essentieel om de redenen voor de inzet ervan te begrijpen. Wat is de reden voor het ontwikkelen of implementeren van de dienst? Welk doel dient de dienst en welke positieve impact kan deze hebben op de rechten en het welzijn van een kind?

► Meer toelichting bij de vragen vindt u in Hoofdstuk 2 van de handleiding.

Beschrijving digitale dienst

2.1 Geef een beschrijving van de digitale dienst.

Onderstaande beschrijving van TikTok als digitale dienst is gebaseerd op de informatie die TikTok/ByteDance zelf op zijn webpagina's beschikbaar heeft gesteld.

TikTok als digitale dienst

TikTok is een short video-applicatie die in mei 2017 is gelanceerd door het bedrijf ByteDance.⁷ In augustus 2018 is TikTok samengevoegd met de dienst musical.ly. ByteDance streeft ernaar om platforms te bouwen die het leven van mensen kunnen verrijken. ByteDance heeft meer dan 150.000 werknemers, werkzaam over de hele wereld.⁸ TikTok Ltd. is 'the immediate parent company' van TikTok Information Technologies UK Limited en is opgericht en geregistreerd in de Kaaimaneilanden. TikTok Information Technologies UK Limited is geregistreerd in Engeland. Onder TikTok Information Technologies UK Limited valt onder andere het dochterbedrijf TikTok Technology Limited, wat geregistreerd is in Ierland. TikTok Technology Limited is in het kader van de Digitaal dienstenverordening aangewezen als zeer groot online platform en staat daardoor onder toezicht van de Europese Commissie voor de handhaving van de DDV.⁹ De 'ultimate parent company' is Bytedance Ltd., en is evenals TikTok Ltd. *incorporated and registered* in de Kaaimaneilanden.¹⁰

TikTok omschrijft zichzelf als volgt: 'TikTok is een app voor korte video's. Het is een plek voor leuke en positieve content gemaakt door echte mensen over de hele wereld. Onze missie is om inspiratie te geven voor creativiteit en plezier te brengen.¹¹ TikTok is alleen bedoeld voor personen van minimaal 13 jaar.'¹²

TikTok heeft de classificatie 12+ in de Apple App Store. In de Google Play Store staat de applicatie vermeld als 'ouderlijke begeleiding aanbevolen'. Ouderlijk toezicht via deze app stores kan, op basis van de toegekende classificatie, de ouder controle geven over wat een kind wel of niet kan downloaden.¹³

Het platform TikTok stelt gebruikers in staat om content te creëren, bekijken, delen en om met anderen te interacteren. Delen van de gebruikerservaring worden gepersonaliseerd door middel van de 'Voor jou'-feed in de TikTok-app.¹⁴

7 ByteDance (z.d.) Homepagina van <https://www.bytedance.com>, geraadpleegd op 07-10-2024

8 ByteDance (z.d.) Homepagina van <https://www.bytedance.com>, geraadpleegd op 07-10-2024

9 European Commission. (n.d.). List of designated VLOPs and VLOSEs. Digital Strategy. from <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/list-designated-vlops-and-vloses>, geraadpleegd op 19 november 2024

10 TIKTOK INFORMATION TECHNOLOGIES UK LIMITED filing history - Find and update company information - GOV.UK Group of Companies' accounts made up to 31 December 2023, gepubliceerd op 8 oktober 2024 (p.50), geraadpleegd op 19 november 2024

11 TikTok (z.d.) [Gids voor verzorgers \(tiktok.com\)](https://www.tiktok.com/guides/parents), geraadpleegd op 07-10-2024

12 TikTok (z.d.) [Gids voor verzorgers \(tiktok.com\)](https://www.tiktok.com/guides/parents) – waarom het belangrijk is dat je tiener de echte geboortedatum opgeeft, geraadpleegd op 07-10-2024

13 TikTok (z.d.) [Gids voor verzorgers \(tiktok.com\)](https://www.tiktok.com/guides/parents) – een tiktok account aanmaken, geraadpleegd op 07-10-2024

14 TikTok (August, 2023) TikTok Gebruiksvoorwaarden – 4.1 Ons platform en bedrijfsmodel van [TikTok Gebruiksvoorwaarden | TikTok](https://www.tiktok.com/legal/privacy-policy), geraadpleegd op 02-10-2024

Hieronder beschrijven we de verschillende features en functionaliteiten van het TikTok-platform. We houden hier geen rekening met de verschillende soorten accounts. De tieneraccounts hebben bepaalde beperkingen voor het gebruik van bepaalde functionaliteiten.

TikTok's standaard features

- **Profiel.** Op het persoonlijke profiel van een gebruiker kunnen de volgende elementen toegevoegd worden: profielfoto, gebruikersnaam, naam, bio, voornaamwoorden, organisatie, links, jouw beurt (wanneer iemand een Stitch heeft aangemaakt).¹⁵
- **Inbox.** Meldingen over likes, reacties, volgers, directe berichten, duetten en Stitch content.
- **Duet.** Een Duet bevat twee video's op een gesplitst scherm die tegelijkertijd worden afgespeeld. Een gebruiker moet een openbaar account hebben om anderen toe te staan een Duet te maken met video's. De gebruiker kan in de privacy-instellingen aangeven wie video's kan gebruiken voor deze functionaliteit: iedereen, vrienden of alleen de gebruiker zelf.¹⁶ Deze feature is deels toegankelijk voor kinderen met een tieneraccount. Kinderen kunnen zelf een Duet aangaan maar een andere gebruiker kan geen Duet initiëren. Hier gaan we later in dit hoofdstuk verder op in.
- **Aanhechten (Stitch).** Met aanhechten kan de gebruiker een bestaande TikTok-video combineren met de video die een gebruiker zelf maakt. Andersom kan dit ook. Het account moet dan op openbaar staan. De gebruiker kan in de privacy-instellingen aangeven wie video's kan gebruiken voor deze functionaliteit: iedereen, vrienden of alleen de gebruiker zelf.¹⁷ Deze feature is deels toegankelijk voor kinderen met een tieneraccount. Kinderen kunnen zelf een Stitch aangaan, maar een andere gebruiker kan geen Stitch initiëren. Hier gaan we later in dit hoofdstuk verder op in.

De Feeds van TikTok

- **For You Feed.** Deze functie maakt gebruik van een aanbevelingssysteem (*recommender system*) waar een breed scala aan content, makers en onderwerpen worden getoond die mogelijk interessant zijn voor de betreffende gebruiker. Het aanbevelingssysteem houdt rekening met likes, shares, reacties, volgers, kijktijd, zoekopdrachten, diversiteit van de content en populaire video's.¹⁸ TikTok schrijft hier zelf over: *'The For You Feed displays a stream of content just for you, so you can find content and creators you love.'*¹⁹
- **Following Feed.** Op de Following Feed wordt content weergegeven van de makers die iemand volgt. Elke Following Feed is uniek: de inhoud wordt gerangschikt en aangeboden op een manier die is afgestemd op de wijze waarop iemand TikTok gebruikt.²⁰
- **LIVE Feed.** De LIVE Feed toont LIVE-video's die makers op dat moment streamen. Op de LIVE Feed kunnen gebruikers inhoud en makers vinden die ze leuk vinden.²¹
- **Friends Feed.** Op het tabblad Friends ziet de gebruiker de volgers die hen terug volgen (vrienden). Ook laat de Friends Feed de accounts zien die een gebruiker volgt en toont de Friends Feed voorgestelde accounts.²²
- **STEM Feed.** Dit is een science-based feed in de applicatie. De feed staat default aan voor gebruikers onder 18 jaar om jongeren te stimuleren om STEM-onderwerpen te onderzoeken. STEM staat voor: science, technology, engineering en mathematics. TikTok is partnerships met Common Sense Networks en Poynter Institute aangegaan. De geschiktheid van de inhoud wordt door Common Sense Networks getoetst. De betrouwbaarheid van de gepresenteerde informatie wordt beoordeeld door Poynter. Als de inhoud niet aan beide controles voldoet, komt deze niet in aanmerking voor de STEM Feed.²³

15 TikTok (z.d.) [Creator Academy: Empowering Creators to Grow and Succeed | TikTok For Creator](#) geraadpleegd op 07-10-2024

16 TikTok (z.d.) [Duetten | TikTok-hulpcentrum](#) geraadpleegd op 07-10-2024

17 TikTok (z.d.) [Aanhechten | TikTok-hulpcentrum](#), geraadpleegd op 07-10-2024

18 TikTok (August, 2023) TikTok Gebruiksvoorwaarden – 4.1 Ons platform en bedrijfsmodel van [TikTok Gebruiksvoorwaarden | TikTok](#), geraadpleegd op 02-10-2024

19 TikTok (z.d.) [How TikTok recommends content | TikTok Help Center](#) – How content is recommended across TikTok – For You, geraadpleegd op 02-10-2024

20 TikTok (z.d.) [How TikTok recommends content | TikTok Help Center](#) – How content is recommended across TikTok – Following, geraadpleegd op 02-10-2024

21 TikTok (z.d.) [How TikTok recommends content | TikTok Help Center](#) – How content is recommended across TikTok – LIVE, geraadpleegd op 02-10-2024

22 TikTok (z.d.) [How TikTok recommends content | TikTok Help Center](#) – How content is recommended across TikTok – Friends, geraadpleegd op 02-10-2024

23 Newsroom TikTok (2 April 2024) TikTok launches dedicated Feed for STEM content across Europe [TikTok launches dedicated Feed for STEM content across Europe | TikTok Newsroom](#), geraadpleegd op 02-10-2024

TikTok's monetization features

TikTok biedt twee soorten accounts aan waarmee een gebruiker inkomsten kan genereren:

- **Persoonlijke accounts:** deze accounts zijn geschikt voor alle contentmakers, publieke figuren en influencers.
- **Zakelijke accounts:** deze accounts zijn geschikt voor bedrijven, merken, verkopers en organisaties.

Zowel de persoonlijke als de zakelijke accounts beschikken over de volgende TikTok-functies: analyses van content, LIVE-analyses, een makersafspeellijst, promotie en de merkcontentschakelaar. Op de website voor de Makersacademie wordt het verschil tussen persoonlijke en zakelijke accounts uiteengezet.²⁴ De accounts verschillen volgens de website in een aantal functies:

- **Persoonlijk.** TikTok Shop, Storefronts (productcatalogi ontwikkelen), Pulse (adverteerdersreclame in feeds laten zien na populaire content, de makers komen dan in aanmerking voor een inkomstenaandeel van de reclame door middel van de culture pulse score),²⁵ Effect House-makersbeloningen, videocadeaus, series (collecties die kijkers kunnen kopen), merkmisatie (crowdsourcen van best presterende content en om te zetten in advertenties), TikTok Creatieve Uitdaging (aankopen voor campagnes), werken met artiesten (promoot van muziekartiesten), TikTok Creator Marketplace (samenwerking met merken), LIVE-cadeaus: ontvangen van virtuele cadeaus, financiële vergoedingen voor diamonds.
- **Zakelijke accounts.** Voor bedrijven zijn de volgende functies beschikbaar: bedrijfsregistratie, profielkenmerken, bedrijfspagina, leadgeneratie (ontvangen van leads voor nieuwe klanten via een formulier op het profiel), automatisch berichten sturen, TikTok adsmanager en de commerciële muziekbibliotheek (toegang tot 1 miljoen royaltyvrije en auteursrechtvrije geluiden).²⁶
- **Coins.** Coins is een virtuele valuta die door gebruikers op het platform kunnen worden gekocht. De coins kunnen vervolgens worden ingezet om virtuele producten en diensten (geschenken) te activeren. Deze virtuele producten en diensten worden door andere gebruikers verkocht. Een gebruiker krijgt alleen toegang tot of kan alleen de producten en diensten activeren met coins. De kosten per coin verschillen, afhankelijk van de hoeveelheid die de gebruiker aanschaf. Het bezit van de coins wordt weergegeven en bijgehouden in het *accountsaldo*.²⁷
 - In het VK en de EER hebben gebruikers het recht om binnen 14 dagen hun aankoop te herroepen.²⁸
 - Belangrijk: coins en saldo zijn niet beschikbaar voor gebruikers onder de 18 jaar. TikTok kan het verzoek van aankoop weigeren als het redelijkerwijs vermoedt dat de gebruiker minderjarig is.²⁹
 - Het is niet duidelijk van de openbare website van TikTok te achterhalen hoeveel een coin cost. Als de gebruiker op de app inlogt met een volwassen account, krijgt diegene zicht op de kosten. 50 coins kosten € 0,60, 17.500 coins kosten € 214,19 Het is ook mogelijk om zelf het aantal coins te kiezen, zie het screenshot hierna.³⁰ De waarde van een coin is afhankelijk van de waarde van de valuta waarin de aankoop wordt gedaan.

²⁴ TikTok (5 sept 2024) [Creator Academy: Empowering Creators to Grow and Succeed | TikTok For Creator](#) – geraadpleegd op 07-10-2024

²⁵ Pulse is niet beschikbaar in Nederland. Wel in de VS, Canada, Brazilië, het VK, Frankrijk, Duitsland, Italië, Spanje, Australië, Japan, Zuid Korea en Indonesië geraadpleegd van <https://ads.tiktok.com/help/article/tiktok-pulse?lang=en> op 13-03-2025

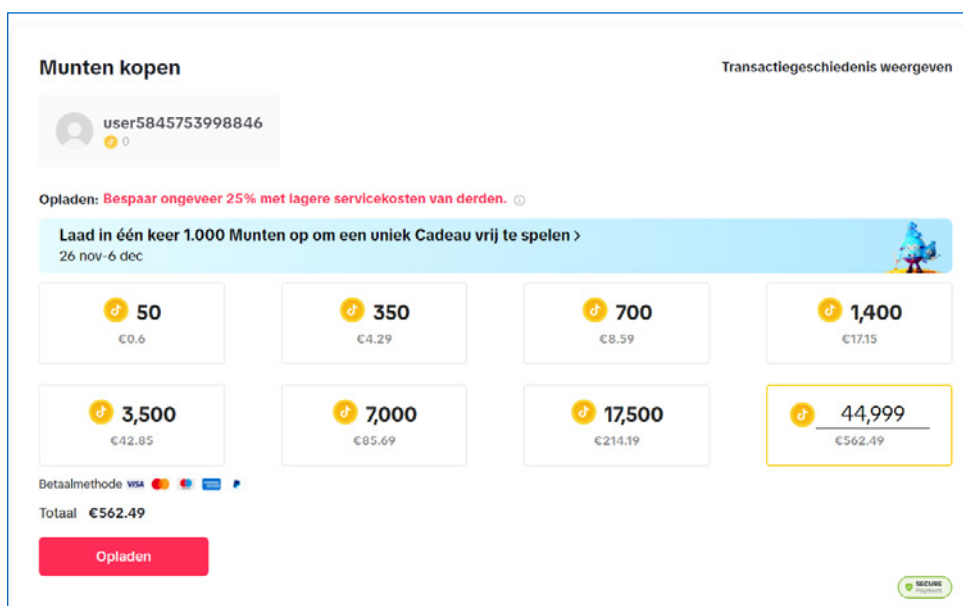
²⁶ TikTok (5 sept 2024) [Creator Academy: Empowering Creators to Grow and Succeed | TikTok For Creator](#) – geraadpleegd op 07-10-2024

²⁷ TikTok (juni 2022) Beleid inzake Coins [Virtual Items Beleid | TikTok](#), geraadpleegd op 04-10-2024

²⁸ TikTok (z.d.) [Transactieprobleem melden | TikTok](#) geraadpleegd op 04-10-2024

²⁹ TikTok (juni 2022) Beleid inzake Coins – 2. Hoe koopt u Coins? [Virtual Items Beleid | TikTok](#), geraadpleegd op 04-10-2024

³⁰ TikTok (5 december 2024) Munten kopen [TikTok Coins: Buy and recharge Coins to send Gifts | TikTok](#), geraadpleegd op 5 december 2024



Figuur 1 Kostprijs Coins TikTok, geraadpleegd op 5 december 2024

- Op het internet zijn verschillende uiteenzettingen te vinden over de prijzen. Websites geven aan dat je voor \$ 0,84 (USD) 70 coins kan kopen of 17.500 coins voor \$ 210,-.^{31, 32} We kunnen niet verifiëren of dit correct is, maar het geeft een beeld van de prijzen van coins.
- Voorbeelden van geschenken die gebruikers met coins kunnen activeren zijn de *Tennis* (waard 1 coin of \$ 0,01) en het geschenk *TikTok Universe* (waard 44,999 coins of \$ 562,48) en vele soorten versies daartussen.³³
- **Beloningen:** TikTok biedt gebruikers (die ten minste 18 jaar zijn) die deelnemen aan programma's, zoals het referral programma³⁴, beloningen aan. De gebruiker moet voldoen aan de programmaprovoorwaarden, de gebruiksvoorwaarden en de community-richtlijnen.³⁵ NB: Het Creator Rewards programma is op het moment van schrijven niet beschikbaar in Nederland. Landen waar deze functionaliteit beschikbaar is zijn momenteel: Indonesië, Brazilië, Spanje, Portugal, Egypte, Japan en Zuid Korea.^{36, 37}
 - Beloningen zijn bijvoorbeeld kortingsbonnen, merchandise en diamonds:
 - *Diamonds.* Diamonds worden toegekend op basis van populariteit. Diamonds kunnen worden verzameld met het gebruik van kernfuncties van het platform: LIVE-geschenken en videogeschenken. Geschenken worden uitgedeeld door andere gebruikers. Ook kan een gebruiker diamonds ontvangen na het deelnemen aan tijdelijke campagnes.³⁸ Diamonds kunnen omgezet worden in geld. Het TikTok-account moet worden gekoppeld aan een account bij een betalingsdientaanbieder. TikTok heeft de mogelijkheid om de betalingsgegevens te verifiëren, zoals identiteit, leeftijd en locatie en eventuele aanvullende informatie.³⁹
 - Diamonds zijn geen eigendom maar kunnen worden omgezet in echt geld in overeenstemming met het beloningsbeleid van TikTok.⁴⁰ De geldelijke waarde wordt getoond zodra een gebruiker het betaalproces start. Er is per dag een minimale en maximale beloningsbetaling vastgesteld. Het minimale is bijvoorbeeld \$ 9,- in Duitsland of \$ 5,- in Frankrijk. Het maximale bedrag dat kan worden uitgekeerd is het equivalent van \$ 1.000,- in de lokale valuta.⁴¹ TikTok geeft aan dat het

31 Sjöberg, A. (2024, 3 december). What are gifts on TikTok and how much do they cost? Dexerto. Geraadpleegd op 7 oktober 2024, van <https://www.dexerto.com/tiktok/what-are-gifts-on-tiktok-and-how-much-do-they-cost-2216794/>

32 Fourthwall. (2024, 25 juni). A guide to TikTok gift values: How much are they worth? Geraadpleegd op 7 oktober 2024, van <https://fourthwall.com/blog/a-guide-to-tiktok-gift-values-how-much-are-they-worth>

33 Framedrop. (2024, 25 juni). How much are TikTok gifts worth? Geraadpleegd op 7 oktober 2024, van <https://www.framedrop.ai/blog/how-much-are-tiktok-gifts-worth>

34 TikTok. (z.d.). Program overview | TikTok Rewards. Geraadpleegd op 7 oktober 2024, van <https://www.tiktok.com/tiktok-rewards/program-overview/>

35 TikTok (juni 2022) [Beloningsbeleid | TikTok](#) – wie komt in aanmerking voor deelname aan een programma, geraadpleegd op 07-10-2024

36 TikTok (5 sept 2024) [Creator Academy: Empowering Creators to Grow and Succeed | TikTok For Creator](#) geraadpleegd op 07-10-2024

37 TikTok (z.d) [TikTok Rewards – Terms & Conditions | TikTok: criteria for referrer, geraadpleegd op 13-3-2025](#)

38 TikTok (juni 2022) [Beloningsbeleid | TikTok](#) – 4. Hoe verzamelt u Diamonds geraadpleegd op 07-10-2024

39 TikTok (juni 2022) [Beloningsbeleid | TikTok](#) – 5. Wat kunt u doen met Diamonds geraadpleegd op 7 oktober 2024

40 TikTok (juni 2022) [Beleid inzake Coins – 2. Hoe koopt u Coins? Virtual Items Beleid | TikTok](#), geraadpleegd op 04-10-2024

41 TikTok. (z.d.). [Betalingslimieten en transactiekosten voor Diamond Reward](#). Geraadpleegd op 4 oktober 2024, van <https://www.tiktok.com/legal/page/global/payment-limit-and-fees/en>

- de tarieven kan wijzigen na redelijke voorafgaande kennisgeving. Er worden transactiekosten doorberekend aan de gebruiker.⁴²
- Evenals de prijzen van geschenken is het onduidelijk hoeveel 1 diamond waard is. Op bronnen op het internet wordt aangegeven dat 1 diamond \$ 0,005 waard is.^{43, 44} De waarde van een diamond is afhankelijk van de waarde van de valuta waarin de beloning wordt uitgekeerd.
 - Beloningen zijn bedoeld om:
 - de populariteit en kwaliteit van content te erkennen
 - waardering tonen aan gebruikers voor hun bijdrage
 - gebruikers te bedanken voor actieve deelname.⁴⁵
- **De TikTok-makersacademie**⁴⁶. De TikTok-makersacademie is de omgeving op het platform speciaal ingericht voor makers. Dit zijn de gebruikers die actief content genereren en hun populariteit willen vergroten. Makers kunnen allerlei tips en tricks vinden op de makersacademie over de community-richtlijnen, de beschikbare functies voor het maken van content, maaktips en geld verdienen. De webpagina is voor iedereen toegankelijk, maar het is voor ons als onderzoekers niet duidelijk in hoeverre minderjarige gebruikers toegang hebben tot de makersacademie.
 - **Effect Creator Rewards**^{47, 48}. Door middel van de Effect House-app kunnen makers effecten maken die andere makers kunnen gebruiken in hun video's. De gebruiker moet ouder dan 18 jaar zijn, woonachtig zijn in geselecteerde landen (waaronder Nederland), 'een gold, platinum of diamond badge creator' zijn met minstens vijf gepubliceerde effecten ingezet door elk 1.000 video's. Ook de betalings- en belastingdetails moeten zijn ingevuld. Vanaf het moment dat er in 90 dagen 100.000 video's gebruikmaken van de gemaakte effecten kunnen de makers geld verdienen. TikTok beschrijft dit zelf als: 'Each effect has a cap of \$14,000 USD and, as an individual creator, you can pocket up to \$50,000 USD per month. It's all about maximizing your earning potential and turning your TikTok creations into cash.'⁴⁹
 - **TikTok Shop**. De TikTok Shop kan door makers worden ingezet om het publiek te stimuleren om te browsen door commerciële content via video's en LIVE-sessies. Makers kunnen via de shop direct producten tonen en verkopen. Via TikTok Shop kunnen makers: merkpartnerschappen aangaan, toegang krijgen tot exclusieve functies, inkomsten genereren en trainingsprogramma's van TikTok volgen over basisprincipes en over hoe het beste geld te verdienen. Het publiek kan bestellingen plaatsen zonder het TikTok-platform te verlaten.⁵⁰ In de TikTok Shop wordt er een onderscheid gemaakt tussen Sellers (verkopers van producten), Creators (makers van content), Partners (bieden professionele e-commerce diensten aan verkopers en makers⁵¹) en Affiliates (makers die samenwerken met verkopers).⁵² Belangrijk om te benoemen is dat deze functie vooralsnog niet beschikbaar is in Nederland.⁵³ Het is onbekend wanneer en of het ook in Nederland wordt uitgerold.⁵⁴ Het is voor ons als onderzoekers niet duidelijk of de shop voor minderjarige gebruikers toegankelijk is.

42 TikTok (juni 2022) beleid inzake coins – 5. Wat kunt u doen met diamonds ([Virtual Items Beleid | TikTok](#) geraadpleegd op 15 november 2024)

43 Framedrop. (2024, 25 juni). *How much are TikTok gifts worth?* Geraadpleegd op 15 november 2024, van <https://www.framedrop.ai/blog/how-much-are-tiktok-gifts-worth>

44 [how much are diamonds worth on tiktok - Google Search, uitgevoerd op 15 november 2024](#)

45 TikTok (juni 2022) [Beloningsbeleid | TikTok](#) – 4. Hoe verzamelt u beloningen? geraadpleegd op 07-10-2024

46 TikTok (z.d.) [Creator Academy: Empowering Creators to Grow and Succeed | TikTok For Creator](#) geraadpleegd op 7 oktober 2024

47 TikTok (aug 2024) [Creator Academy: Empowering Creators to Grow and Succeed | TikTok For Creator](#), geraadpleegd op 08 oktober 2024

48 [TikTok Effect House](#) website voor Nederlandse gebruikers

49 TikTok (aug 2024) [Creator Academy: Empowering Creators to Grow and Succeed | TikTok For Creator](#) – maximum rewards: Cha-ching! geraadpleegd op 08 oktober 2024

50 TikTok (aug 2024) [Creator Academy: Empowering Creators to Grow and Succeed | TikTok For Creator](#) – maximum rewards: Cha-ching! geraadpleegd op 08 oktober 2024

51 [TikTok Shop Official Portal - A Full-Service Commerce Solution, Driven by TikTok's Unique Content Ecosystem](#), geraadpleegd op 7 oktober 2024

52 [TikTok Shop Official Portal - A Full-Service Commerce Solution, Driven by TikTok's Unique Content Ecosystem](#), geraadpleegd op 7 oktober 2024

53 TikTok. (2023). *Shop safety 2023*. Geraadpleegd op 8 oktober 2024, van <https://www.tiktok.com/transparency/nl-nl/shop-safety-2023-2>

54 Huang, Z., & Poh, O. (2024, 23 juli). *TikTok targets Spain, Ireland to revive Europe e-commerce push*. Bloomberg. Geraadpleegd op 8 oktober 2024, van <https://www.bloomberg.com/news/articles/2024-07-23/tiktok-targets-spain-ireland-to-revive-europe-e-commerce-push?leadSource=uverify%20wall>

- **TikTok Studio.** TikTok Studio helpt makers om content te verbeteren. Makers kunnen berichten uploaden en plannen, en content ordenen. Ook geeft het geavanceerde analyses weer over de geplaatste content. Dit kan zowel op de desktop als in de app⁵⁵:
 - *Contentstatistieken:* likes, reacties, weergaven, totale kijktijd, volgers, verkeersbronnen, retentiepercentage en videoweergaven.
 - *Volgerstatistieken:* geslacht, leeftijd, land, stad en volgeractiviteit.⁵⁶
- **Abonnement.** Gebruikers kunnen zich abonneren op het kanaal van makers. Zo krijgen ze toegang tot extra, speciale content. Voor de makers genereert dit maandelijkse inkomsten. Abonnementen kosten voor de gebruikers \$ 2,99 tot \$ 99,99 dollar per maand.⁵⁷
- **TikTok for Business**⁵⁸. Het doel van TikTok for Business is het doelgericht bereiken van klanten en het behalen van resultaten via de TikTok Ads Manager. TikTok for Business is beschikbaar voor bedrijven uit verschillende industrieën: retail, gaming, consumer packaged goods en Agencies (pr, marketing en reclamebureaus). TikTok biedt verschillende producten aan bedrijven om hen te helpen met:
 - het stimuleren van verkoop
 - de app promoten
 - leads (interesse van mogelijke klanten) genereren
 - nieuwe klanten aantrekken
 - meer omzet realiseren
 - betrokkenheid vergroten
 - meer videoweergaven krijgen
 - het bereik uitbreiden.⁵⁹
- **Creator Marketplace.** Creator Marketplace is het platform voor samenwerkingen tussen merken en makers. Op de Creator Marketplace kunnen merken op zoek gaan naar makers en hen uitnodigen om samen te werken. De samenwerking kan door middel van campagnemanagement worden ingericht. Tevens kunnen de statistieken van de samenwerking worden bekeken. TikTok Creator Marketplace is momenteel beschikbaar voor bedrijven en makers in de volgende landen en regio's: Australië, Brazilië, Canada, Egypte, Frankrijk, Duitsland, Groot-Brittannië, Indonesië, Israël, Italië, Japan, Maleisië, de Filipijnen, Rusland, Saoedi-Arabië, Singapore, Zuid-Korea, Spanje, Taiwan, Thailand, Turkije, de Verenigde Arabische Emiraten, de Verenigde Staten en Vietnam.⁶⁰

Tieneraccounts

In de privacy- en veiligheidsinstellingen wordt aangegeven dat de gebruiker op basis van de leeftijd van de gebruiker die wordt ingevoerd bij het aanmaken van een account, een tiener- of volwassenenaccount krijgt toegewezen.⁶¹ Hieronder zetten we de functionaliteiten die aan deze tieneraccounts worden gekoppeld uiteen. TikTok biedt als digitale dienst accounts aan voor kinderen van 13 t/m 17 jaar. Deze accounts hebben andere functionaliteiten dan de accounts voor gebruikers van 18+. De privacy-instellingen zijn standaard ingesteld op basis van leeftijd. Er wordt onderscheid gemaakt in functionaliteiten voor accounts van kinderen van 13 t/m 15 jaar en accounts van kinderen van 16 t/m 17 jaar.

Accounts voor 13- t/m 15-jarigen

- Het account staat standaard op privé. Alleen na het goedkeuren van een verzoek van een volger krijgen de volgers toegang tot de video's, likes en volgers- en volglijst van de gebruiker.
- Andere gebruikers kunnen geen Duet met dit type account aangaan. Hetzelfde geldt voor aanhechten (Stitchen) en het downloaden van video's.
- Een gebruiker met een 13 t/m 15 jaar-account kan wel zelf Duets aangaan en aanhechten aan andere video's.
- Directe berichten zijn niet beschikbaar voor dit soort accounts.
- Bij het publiceren van elke video kan de gebruiker kiezen wie de content te zien krijgt.

⁵⁵ [Creator Academy: Empowering Creators to Grow and Succeed | TikTok For Creator](#) geraadpleegd op 7 oktober 2024

⁵⁶ [Creator Academy: Empowering Creators to Grow and Succeed | TikTok For Creator](#) geraadpleegd op 7 oktober 2024

⁵⁷ [Creator Academy: Empowering Creators to Grow and Succeed | TikTok For Creator](#) Aug 9, 2024 geraadpleegd op 7 oktober 2024

⁵⁸ [Get started on TikTok Ads Manager](#) geraadpleegd op 7 oktober 2024

⁵⁹ TikTok. (z.d.). *TikTok for Business*. Geraadpleegd op 7 oktober 2024, van [TikTok for Business | Marketing & Advertising on TikTok](#)

⁶⁰ TikTok (z.d.) about TikTok Creator Marketplace, geraadpleegd op 13 maart 2025, van https://creatormarketplace.tiktok.com/help/doc/9482/12154?enter_from=help_index_categories

⁶¹ TikTok. (z.d.). *Privacy- en veiligheidsinstellingen voor gebruikers onder de 18 jaar*. Geraadpleegd op 7 oktober 2024, van <https://support.tiktok.com/nl/account-and-privacy/account-privacy-settings/privacy-and-safety-settings-for-users-under-age-18>

- Alleen vrienden kunnen reageren op berichten en stories. Reacties toestaan kan per bericht worden uitgeschakeld.

Accounts voor 16- t/m 17-jarigen

- Het account staat standaard ingesteld op privé. Dit kan wel naar openbaar worden gewijzigd.
- Bij een privé-account kan geen enkele gebruiker een Duet aangaan met dit soort accounts. De instellingen kunnen gewijzigd worden naar vrienden, iedereen of naar alleen jij. Per video kan worden aangegeven of een Duet is toegestaan. Hetzelfde geldt voor aanhechten.
- Bij een publiek account kan de gebruiker in de instellingen toestemming geven dat hun video's worden gedownload. Ongeacht de toestemming kan de link naar een publieke video altijd gedeeld worden.
- Directe berichten staan standaard uitgeschakeld zodat 'niemand' directe berichten kan versturen. Dit kan worden gewijzigd in voorgestelde vrienden of alleen vrienden. Ouders of verzorgers kunnen dit controleren in de Family Pairing en kunnen dit uitzetten.

2.2 Welke technologie wordt er gebruikt om de digitale dienst te realiseren?

In de KIA handleiding wordt gevraagd om de technologie die de digitale dienst gebruikt te beschrijven en hoe de digitale dienst samenhangt met andere technologieën of systemen. Onderstaande beschrijving van de technologie is gebaseerd op de informatie die TikTok/ByteDance zelf op haar webpagina's beschikbaar heeft gesteld.

Het aanbevelingssysteem

Op de webpagina 'How TikTok recommends content' wordt uiteengezet hoe het aanbevelingssysteem werkt en welke factoren er worden gebruikt om de aanbevelingen te genereren. Er wordt niet benoemd welke specifieke technologieën hierachter zitten.

Wanneer een gebruiker zich registreert voor TikTok vraagt de app welke interesse categorieën de gebruiker leuk vindt. Hiermee worden de For You Feed, Following Feed, Friends Feed en LIVE Feeds ingericht. Wanneer geen categorieën van interesses geselecteerd worden, zal TikTok beginnen met het tonen van recente posts die populair zijn bij andere gebruikers.

Factoren die de feeds ook beïnvloeden zijn: (1) de interacties tussen gebruikers, (2) informatie over de content en (3) gebruikersinformatie. De subfactoren kunnen per soort feed verschillen. TikTok geeft aan dat deze factoren helpen om te voorspellen wat relevante en interessante content is voor gebruikers. Hieronder lichten we toe wat TikTok onder deze drie factoren verstaat:

Gebruikersinteractie

- *For You Feed*: inhoud die de gebruiker leuk vindt, deelt, waar de gebruiker op reageert en volledig bekijkt of overslaat, evenals de accounts van volgers die de gebruiker terugvolgt.
- *Following Feed*: bezoeken aan de gebruikersprofielen die de gebruiker volgt en de inhoud die de gebruiker leuk vindt, deelt, waar de gebruiker op reageert en volledig bekijkt of overslaat.
- *Friends Feed*: bezoeken aan de profielen van vrienden of mensen die de gebruiker misschien kent, en de inhoud die de gebruiker leuk vindt, deelt, waar de gebruiker op reageert en volledig bekijkt of overslaat.
- *LIVE Feed*: LIVE-video's die de gebruiker leuk vindt en waarop de gebruiker reageert, makers die de gebruiker volgt, kijktijd en verzonden geschenken.
- *Search*: het eerdere zoekgedrag van de gebruiker en de inhoud die de gebruiker leuk vindt, deelt, waar de gebruiker op reageert en volledig bekijkt of overslaat.
- *Comments*: reacties die de gebruiker leuk vindt, waar de gebruiker op reageert, en of de gebruiker de videomaker of de auteur van de reactie volgt.
- *Notifications*: hoe actief de gebruiker is geweest op TikTok en eerdere interacties met meldingen.
- *Account recommendations*: de activiteit van de gebruiker op TikTok, zoals de soorten accounts die de gebruiker volgt, leuk vindt of inhoud mee deelt.

Content Informatie

- *For You, Following en Friends Feed*: geluiden, hashtags, aantal weergaven en het land waarin de inhoud is gepubliceerd.
- *LIVE Feed*: hashtags, aantal LIVE-weergaven, aantal likes, aantal verzonden geschenken, aantal volgers van die maker, en het land waarin de LIVE plaatsvindt.

- *Search*: hoe relevant de inhoud is voor de zoekopdracht van de gebruiker, hashtags en het gebruikte geluid.
- *Comments*: aantal likes en de taal van de reactie.
- *Notifications*: maker van de inhoud, hashtags, het aantal weergaven en het land waarin de inhoud is gepubliceerd.
- *Account recommendations*: het aantal volgers en weergaven van een account, de locatie van het account en de kans dat de gebruiker een ander account kent, bijvoorbeeld als deze in de contacten staat (met toestemming van de gebruiker).

Gebruikersinformatie

- *For You en Following Feed*: apparaatinstellingen, taalvoorkeur, locatie, tijdzone en dag, en apparaattype.
- *Friends Feed*: apparaatinstellingen, contacten (met toestemming van de gebruiker), taalvoorkeur, locatie, tijdzone en dag, en apparaattype.
- *LIVE Feed*: apparaatinstellingen, taalvoorkeur, locatie, tijdzone en dag, en apparaattype.
- *Search*: apparaatinstellingen, taalvoorkeur en locatie.
- *Comments*: locatie en taalvoorkeur van de gebruiker, en apparaatinstellingen.
- *Notifications*: locatie, taalvoorkeur en apparaattype van de gebruiker.
- *Account recommendations*: apparaatinstellingen, taalvoorkeur en locatie van de gebruiker.

De verschillende factoren kunnen een grotere of kleinere rol spelen in het beïnvloeden van de feed en het gewicht van de factor kan veranderen. Voor de *For You Feed* en de *Following Feed* geldt voor de meeste mensen dat de kijktijd van een specifieke video zwaarder weegt dan andere factoren. Bij de *Friends Feed* zijn het juist de *likes* en *comments* die zwaarder wegen.⁶²

TikTok geeft ook aan dat het als doel heeft om een balans te vinden tussen het aanbevelen van content die relevant is voor een gebruiker en het ontdekken van nieuwe, diverse content en makers om nieuwe perspectieven en ideeën te ervaren. Gebruikers kunnen daardoor content tegenkomen die niet overeenkomt met de ingevoerde interesses.⁶³

Content moderatiesysteem

In het transparantiecentrum van TikTok wordt toegelicht hoe het content moderatiesysteem werkt. Wanneer een video wordt geüpload gaat deze eerst door het content moderatiesysteem. De moderatie vindt plaats door middel van machine learning (automated moderation) en menselijke beoordelingen. Het moderatiesysteem wordt ingezet om de TikTok Community-richtlijnen te handhaven.⁶⁴

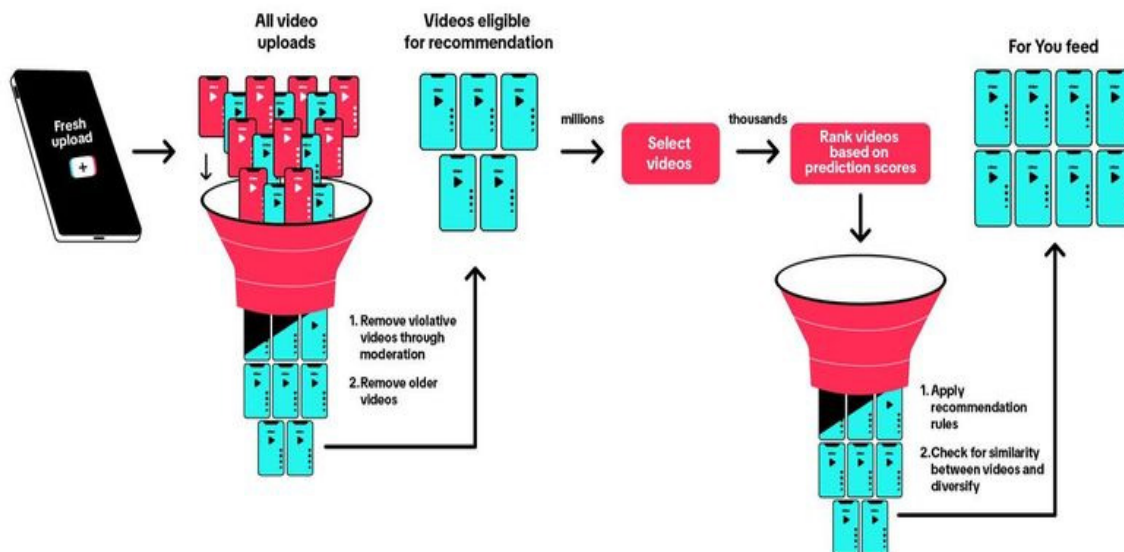
Voor de automated moderation maakt TikTok gebruik van meerdere detectiemethoden, zoals een audiobank voor het herkennen van haatdragende geluiden. Ook wordt gebruik gemaakt van geavanceerde machine learning-modellen om opkomende haatdragende content te identificeren. TikTok geeft aan dat de geautomatiseerde moderatietechnologie 80% van de verwijderde content afhandelt. De andere 20% wordt handmatig gedaan door teams.⁶⁵

62 TikTok. (z.d.). *How TikTok recommends content*. Geraadpleegd op 21 oktober 2024, van <https://support.tiktok.com/en/using-tiktok/exploring-videos/how-tiktok-recommends-content> [How TikTok recommends content | TikTok Help Center](#)

63 TikTok. (z.d.). *How TikTok recommends content*. Geraadpleegd op 21 oktober 2024, van <https://support.tiktok.com/en/using-tiktok/exploring-videos/how-tiktok-recommends-content> [How TikTok recommends content | TikTok Help Center](#)

64 TikTok. (z.d.). *Recommendation system*. Geraadpleegd op 21 oktober 2024, van <https://www.tiktok.com/transparency/nl-nl/recommendation-system> [Inleiding tot het aanbevelingssysteem van TikTok](#)

65 TikTok. (2024, 7 oktober). *1 jaar na 7 oktober*. Geraadpleegd op 21 oktober 2024, van <https://newsroom.tiktok.com/nl-nl/1-jaar-na-7-oktober-7-oktober-1-jaar-na-de-start-van-de-oorlog-tussen-Israel-en-Hamas> [TikTok-perskamer](#)



Figuur 2 TikTok content moderatiesysteem.

Datacenters en Privacy Enhancing Technologies

TikTok investeert in drie Europese datacenters waar gegevens van Europese TikTok-gebruikers standaard zullen worden opgeslagen. Een deel van de data is gemigreerd naar Ierland. Het geraadpleegde nieuwsbericht geeft aan dat het datacenter in Noorwegen in 2024 online zal komen. Totdat alle data naar de Europese datacenters zijn gemigreerd, worden de gegevens van Europese gebruikers in een ‘European Enclave’ opgeslagen in datacenters in de Verenigde Staten. NCC Group heeft als derde partij de datacenters geïnspecteerd. Zij monitoren de dataflows. De beveiligde data die zich in deze enclave bevinden zijn niet toegankelijk voor China-based medewerkers van TikTok. Beveiligde data omvatten e-mailadressen en IP-adressen. Er wordt niet benoemd welke gegevens dit nog meer omvat.^{66,67}

TikTok werkt ook samen met NCC Group om privacy-verhogende technologieën (Privacy Enhancing Technologies: PET’s) in de procedures te bouwen. Dit omvat pseudonimisering van gegevens die wereldwijd worden uitgewisseld, zodat een individu niet kan worden geïdentificeerd op basis van persoonsgegevens. Ook het samenvoegen van individuele datapunten tot grote datasets en het toepassen van differential privacy zijn erop gericht om te voorkomen dat informatie aan specifieke individuen kan worden gekoppeld. NCC Group valideert constant de effectiviteit van de PET’s naarmate deze verder worden geïmplementeerd.⁶⁸

Inzet van age assurance technology

TikTok kan het account van gebruikers waarvan ze vermoeden dat de gebruiker jonger dan 13 jaar is, blokkeren. Iemand kan binnen 180 dagen bezwaar maken en de gegevens van het account downloaden. Ook geeft TikTok aan dat het de toegang tot leeftijdsbeperkte functies kan intrekken als TikTok denkt dat een gebruiker niet aan de minimumleeftijd voldoet. Het gaat om de livestreamfunctie (vanaf 18 jaar), het aangaan van een Duet of een Stitch, het kopen van coins (vanaf 18 jaar) en het sturen van directe berichten (vanaf 16 jaar en ouder).⁶⁹

In een verhoor voor het Congres in de Verenigde Staten geeft TikTok-CEO Shou Zi Chew aan dat het publieke video’s analyseert om de leeftijd van gebruikers te verifiëren met facial recognition technology. Er werd niet

66 TikTok. (2024, 12 juli). *Progress update on Project Clover*. Geraadpleegd op 21 oktober 2024, van <https://newsroom.tiktok.com/en-eu/progress-update-on-project-clover-measures> Progress update on Project Clover | TikTok Newsroom (12 juli 2024) geraadpleegd op 21-10-2024

67 TikTok. (2024, 30 september). *Eerste jaar met NCC Group als onafhankelijke beveiligingspartner van Project Clover*. Geraadpleegd op 21 oktober 2024, van <https://newsroom.tiktok.com/nl-nl/eerste-jaar-met-ncc-group-als-onafhankelijke-beveiligingspartner-van-project-clover> Eerste jaar met NCC Group als onafhankelijke veiligheidspartner van Project Clover | TikTok-perskamer

68 TikTok. (2024, 30 september). *Eerste jaar met NCC Group als onafhankelijke beveiligingspartner van Project Clover*. Geraadpleegd op 21 oktober 2024, van <https://newsroom.tiktok.com/nl-nl/eerste-jaar-met-ncc-group-als-onafhankelijke-beveiligingspartner-van-project-clover> Eerste jaar met NCC Group als onafhankelijke veiligheidspartner van Project Clover | TikTok-perskamer

69 TikTok. (z.d.). *Bezwaar tegen minimumleeftijd op TikTok*. Geraadpleegd op 18 november 2024, van <https://support.tiktok.com/nl/safety-hc/account-and-user-safety/minimum-age-appeals-on-tiktok> 4

doorgevraagd wat deze technologie precies inhoudt en hoe de technologie wordt ingezet.^{70,71} Deze informatie is ook niet terug te vinden in openbare bronnen. Een gebruiker kan bezwaar maken tegen het blokkeren van het account of het blokkeren van functies. Bij dit proces is een externe dienstverlener betrokken die de verificatie op basis van een selfie en een ID uitvoert. Er wordt hier niet benoemd wie deze externe dienstverlener is.⁷²

2.3 Wat is de scope van de dienst?

De KIA-handleiding vraagt om een beschrijving van de (1) tijd en periode waarin de digitale dienst wordt ingezet, (2) wat de regio is en (3) hoe groot de groep mensen is die (mogelijk) gebruik gaat maken van de dienst.

1. Tijd en periode

TikTok is wereldwijd in mei 2017 gelanceerd door het bedrijf ByteDance. In augustus 2018 wordt TikTok samengevoegd met musical.ly.

2. Regio

TikTok is beschikbaar in 150 landen, in 75 talen, behalve in China.^{73,74} In China maken ze gebruik van een soortgelijke app: Douyin.^{75,76}

3. Aantal gebruikers

In 2021 bereikte TikTok het aantal van 1 miljard gebruikers wereldwijd⁷⁷. In de periode van februari 2024 tot juli 2024 had TikTok Technology Limited gemiddeld 150 miljoen maandelijkse actieve gebruikers in de Europese Unie, berekend voor Digitaal dienstenverordening artikel 24(2).^{78, 79} In Nederland waren er in 2023 5,7 miljoen actieve gebruikers per maand.⁸⁰

2.4 Wie is de doelgroep?

Het platform kan conform de gebruiksvoorwaarden gebruikt worden door personen vanaf 13 jaar of ouder. Het gebruik door kinderen jonger dan 13 jaar wordt door TikTok gecontroleerd en TikTok geeft aan dat zij het account beëindigen als ze redelijkerwijs vermoeden dat iemand jonger dan 13 jaar is. Er kan bezwaar worden gemaakt tegen deze beslissing als wordt gedacht dat er een fout is gemaakt betreffende de leeftijd.⁸¹ TikTok richt zich op zowel persoonlijke als zakelijke gebruikers zoals is weergegeven bij vraag 2.1.

70 Mahtani, P. (2023, 23 maart). *TikTok scans videos to determine users' ages*. iTMunch. Geraadpleegd op 18 november 2024, van <https://itmunch.com/tiktok-scans-videos-to-determine-users-ages/>

71 C-SPAN. (2023, 23 maart). TikTok CEO Shou Zi Chew testifies before Congress [Video]. YouTube. Geraadpleegd op 18 november 2024, van https://www.youtube.com/watch?v=_E-qjtTFsOq vanaf minuut 2:11:24

72 TikTok. (z.d.). *Bezwaar tegen minderjarigheid op TikTok*. Geraadpleegd op 18 november 2024, van <https://support.tiktok.com/nl/safety-hc/account-and-user-safety/underage-appeals-on-tiktok>

73 TikTok. (z.d.). *Transparantiecentrum Mensenrechten beschermen (tiktok.com)*. Geraadpleegd op 7 oktober 2024, van <https://www.tiktok.com/transparency/nl-nl/>

74 Claire Fu, Daisuke Wakabayashi (25 april 2024) New York Times – There is no TikTok in China, but there is Douyin, Here's what it is [There Is No TikTok in China, Only Douyin. Here's What It Is. - The New York Times \(nytimes.com\)](https://www.nytimes.com/2024/04/25/technology/tiktok-china-douyin.html) Geraadpleegd op 7 oktober 2024

75 ByteDance. (z.d.). *ByteDance*. Geraadpleegd op 7 oktober 2024, van <https://www.bytedance.com/>

76 Claire Fu, Daisuke Wakabayashi (25 april 2024) New York Times – There is no TikTok in China, but there is Douyin, Here's what it is [There Is No TikTok in China, Only Douyin. Here's What It Is. - The New York Times \(nytimes.com\)](https://www.nytimes.com/2024/04/25/technology/tiktok-china-douyin.html) Geraadpleegd op 7 oktober 2024

77 TikTok. (2021, 27 september). *Thanks a billion!* Geraadpleegd op 7 oktober 2024, van <https://newsroom.tiktok.com/en-us/1-billion-people-on-tiktok>

78 TikTok. (2023, February 17). *Investing for our 150M strong community in Europe*. TikTok Newsroom. Geraadpleegd op 7 oktober 2024, van <https://newsroom.tiktok.com/en-eu/investing-for-our-150-m-strong-community-in-europe>

79 TikTok. (2024). *European Union (EU) – Monthly Active Recipients Report*. TikTok Transparency Center. Geraadpleegd op 7 oktober 2024, van <https://www.tiktok.com/transparency/en/eu-mau-2024-7>

80 TikTok. (2023, October 24). *TikTok telt meer dan 5 miljoen gebruikers in Nederland*. TikTok Newsroom. Geraadpleegd op 7 oktober 2024, van <https://newsroom.tiktok.com/nl-nl/tiktok-telt-meer-dan-5-miljoen-gebruikers-in-nederland>

81 TikTok (August, 2023) *TikTok Gebruiksvoorwaarden – 4.3 minimumleeftijd van TikTok Gebruiksvoorwaarden | TikTok*, geraadpleegd op 02-10-2024

Beschrijving van het doel van de digitale dienst

2.5 Wat is het doel dat bereikt moet worden met het gebruik van de digitale dienst? Wat is het hoofddoel en wat zijn eventuele subdoelen?

Het hoofddoel

Het hoofddoel dat wij definiëren voor de digitale dienst is het genereren van winst. Dit doen wij op basis van het *annual report* en het *financial statement* van TikTok Information Technologies UK Limited over het jaar 2023.

TikTok Information Technologies UK Limited is een ‘*private company limited by shares*’.⁸² TikTok Information Technologies UK Limited, ‘*the company*’, is het moederbedrijf (*parent company*) van verschillende dochterondernemingen (*subsidiaries*), zoals onder andere TikTok Technology Limited geregistreerd in Ierland, alsook Service Netherlands B.V. en TikTok Technologies Netherlands B.V. Deze bedrijven worden gezamenlijk als ‘*the group*’ aangeduid. De *group* opereert in Europa, Zuid- en Centraal-Amerika en Afrika. De groep acteert als de operator voor gebruikers in de EER, het Verenigd Koninkrijk en Zwitserland. De groep genereert voornamelijk inkomsten door het distribueren van online advertenties en het leveren van value-added diensten op het platform. Een value-added dienst is bijvoorbeeld de livestreamingfeature.⁸³

Subdoelen

Het eerst subdoel dat wij identificeren voor TikTok is op basis van het missiestatement van het bedrijf. Het eerste subdoel van TikTok is om een inspiratiebron te zijn en vreugde te brengen door gemakkelijke content te tonen aan de miljoenen gebruikers.⁸⁴ Het tweede subdoel dat kan worden geïdentificeerd op basis van voorgaande antwoorden is het genereren van inkomsten voor de makers en bedrijven. De *monetize features*, zoals beschreven bij 2.1, dragen hier aan bij. Er ligt in de Creators Academy nadruk op de monetize features, de populariteit van content en het genereren van betrokkenheid van de ‘community’.^{85,86}

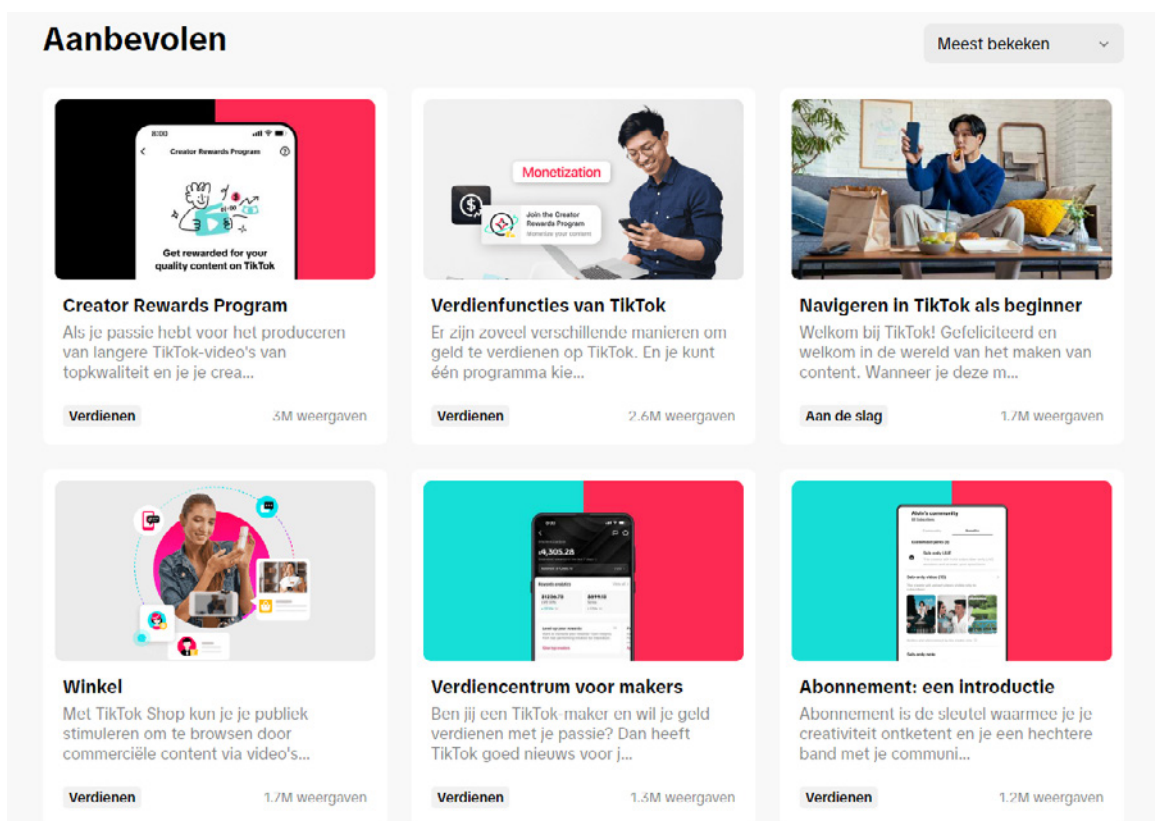
82 [TIKTOK INFORMATION TECHNOLOGIES UK LIMITED filing history - Find and update company information - GOV.UK](#) Group of Companies' accounts made up to 31 December 2023, gepubliceerd op 8 oktober 2024 p.29, geraadpleegd op 19 november 2024

83 [TIKTOK INFORMATION TECHNOLOGIES UK LIMITED filing history - Find and update company information - GOV.UK](#) Group of Companies' accounts made up to 31 December 2023, gepubliceerd op 8 oktober 2024, p.29, p.43, geraadpleegd op 19 november 2024

84 TikTok. (2024). Safety Center. TikTok Safety Center. Geraadpleegd op 7 oktober 2024, van <https://www.tiktok.com/safety/nl/>

85 [TIKTOK INFORMATION TECHNOLOGIES UK LIMITED filing history - Find and update company information - GOV.UK](#) Group of Companies' accounts made up to 31 December 2023, gepubliceerd op 8 oktober 2024, p.1, geraadpleegd op 19 november 2024

86 TikTok. (2024). *The Change Makers*. TikTok for Good. Geraadpleegd op 7 oktober 2024, van <https://www.tiktok.com/for-good/the-change-makers/>



Figuur 4 Homepage van de TikTok Creators Academy.⁸⁷

2.6 Is de in te zetten digitale dienst een doeltreffend middel om de gestelde doelen te realiseren? Leg uit.

TikTok biedt verschillende functionaliteiten aan om zijn doelen te bereiken. Hieronder volgt een korte uiteenzetting van de bevindingen over de doeltreffendheid.

Doeltreffendheid hoofddoel: omzet en winst van TikTok

Uit het annual report en de financial statements van TikTok Information Technologies UK Ltd⁸⁸ blijkt dat *the group* operationeel verlies draait. TikTok Information Technologies UK Ltd. liep een operationeel verlies op in 2023 van 1,4 miljard euro. Op pagina 16 staat beschreven dat dit resulteert in 'net liabilities' van 3,583 miljoen dollar. In de *going concern* wordt de gecontinueerde funding ter ondersteuning aan de groep door de 'ultimate parent company' Bytedance Ltd toegelicht.⁸⁹

In de notities van het *annual report* staat dat het operationeel verlies groter is dan in 2022 omdat het bedrijf ruim 1 miljard dollar opzij heeft gezet voor de betaling van potentiële financiële verplichtingen die voortvloeien uit rechtszaken die in de Europese Unie, Zwitserland en het Verenigd Koninkrijk lopen. Er staat niet beschreven over welke rechtszaken dit gaat.⁹⁰ Het opzij zetten van dit geld wordt gedeeltelijk gecompenseerd door een combinatie van toenemende inkomsten, gedreven door de groei van het aantal gebruikers, en een beleid dat kostenoptimalisatie en vermindering van de totale uitgaven van de groep bevordert.⁹¹ Het *annual report* meldt in notitie 19 dat er twee juridische zaken lopen die tot kosten kunnen leiden. Hier wordt de massaclaim van onder

⁸⁷ TikTok. (2024). *Creator Academy*. TikTok for Good. Geraadpleegd op 7 oktober 2024, van <https://www.tiktok.com/creator-academy>

⁸⁸ [TIKTOK INFORMATION TECHNOLOGIES UK LIMITED filing history - Find and update company information - GOV.UK](#) Group of Companies' accounts made up to 31 December 2023, gepubliceerd op 8 oktober 2024, geraadpleegd op 19 november 2024

⁸⁹ [TIKTOK INFORMATION TECHNOLOGIES UK LIMITED filing history - Find and update company information - GOV.UK](#) Group of Companies' accounts made up to 31 December 2023, gepubliceerd op 8 oktober 2024, p.29, geraadpleegd op 19 november 2024

⁹⁰ [TIKTOK INFORMATION TECHNOLOGIES UK LIMITED filing history - Find and update company information - GOV.UK](#) Group of Companies' accounts made up to 31 December 2023, gepubliceerd op 8 oktober 2024, p.28, geraadpleegd op 19 november 2024 - provisions of legal and related matters – 1,004,218 \$'000 for the year ended in 31 December 2023.

⁹¹ [TIKTOK INFORMATION TECHNOLOGIES UK LIMITED filing history - Find and update company information - GOV.UK](#) Group of Companies' accounts made up to 31 December 2023, gepubliceerd op 8 oktober 2024, p.2, geraadpleegd op 19 november 2024

andere Take Back Your Privacy over het schenden van de privacyregels voor kinderen genoemd. Voor deze potentiële boetes of kosten is nog geen geld opzij gezet, volgens het annual report is er gebrek aan juridische precedent en kan het bedrijf nog niet inschatten of de rechtszaken uit notitie 19 tot potentiële financiële impact zullen leiden.^{92,93}

De omzet van TikTok steeg, zoals eerder aangegeven, wel in 2023 met 75% ten opzichte van 2022 naar 4,6 miljard dollar. Deze stijging is te herleiden naar de sterke groei in gebruikersaantallen en het aanbieden van meer betaalde diensten aan adverteerders.^{94,95}

Doeltreffendheid: inspiratie en vermaak

TikTok heeft meer dan 150 miljoen maandelijks actieve gebruikers. Uit een onderzoek van Ipsos in opdracht van TikTok⁹⁶ blijkt dat 1 op de 5 TikTok-gebruikers in Europa actief is in het creëren van content op het platform. TikTok is een toegankelijk platform voor zelfexpressie en creativiteit. De meerderheid (69%) van de gebruikers geeft aan het gevoel te hebben dat TikTok het makkelijker maakt om zichzelf uit te drukken.⁹⁷ Iets meer dan de helft (59%) van de gebruikers geeft aan dat TikTok hen de mogelijkheid biedt om dingen te ervaren die ze in het echte leven niet zouden kunnen meemaken. 1 op de 4 contentmakers geeft aan dat ze voornamelijk content maken voor het bouwen van een community en het leren kennen van nieuwe mensen. 87% van de gebruikers geeft in de enquête aan iets nieuws te hebben geleerd via TikTok en 62% heeft iets nieuws gemaakt nadat ze dit op TikTok hebben gezien. Belangrijk om te benoemen is dat de deelnemers van de enquête tussen de 18 en 55 jaar oud waren.⁹⁸ Wij hebben geen onderzoeken gevonden om te onderbouwen of deze doeltreffendheid ook geldt voor gebruikers onder de 18 jaar oud.



Figuur 5 Unlocking Culture in Europe - an assessment of TikTok's cultural impact in the EU (Ipsos, 2022).

Doeltreffendheid subdoel: monetize features

Gebruikers met persoonlijke accounts kunnen geld verdienen door middel van verschillende aangeboden functionaliteiten zoals TikTok Creator Marketplace, abonnementen, het Creator Rewards Program, en TikTok LIVE.^{99,100} TikTok geeft aan dat het maken van geweldige content en het interacteren met de community essentieel is voor het verdienen van beloningen. Het verdienen van geld is wel afhankelijk van de hoeveelheid volgers en de populariteit van een account. Volgens Business Insider hebben makers minstens 10.000 volgers en 100.000 videoweergaven in de afgelopen 30 dagen nodig om in aanmerking te komen voor veel monetize features van TikTok.¹⁰¹ Het is onduidelijk hoeveel geld iemand precies per aantal views kan verdienen. Verschillende websites geven aan dat iemand 2 tot 4 cent per 1.000 views kan verdienen, afhankelijk van de valuta.¹⁰² Bedrijven met zakelijke accounts kunnen inkomsten genereren door middel van TikTok for Business. In het annual report wordt gerefereerd naar een onderzoek

92 [TikTok zet \\$1 mrd opzij voor boetes](#)

93 [TIKTOK INFORMATION TECHNOLOGIES UK LIMITED filing history - Find and update company information - GOV.UK](#)

Group of Companies' accounts made up to 31 December 2023, gepubliceerd op 8 oktober 2024, p.50, geraadpleegd op 19 november 2024 notitie 19 page 50

94 Het Financieel Dagblad. (2023, October 24). TikTok zet 1 mrd opzij voor boetes. Geraadpleegd op 21 oktober 2024, van <https://fd.nl/tech-en-innovatie/1533366/tiktok-zet-1-mrd-opzij-voor-boetes>

95 [TIKTOK INFORMATION TECHNOLOGIES UK LIMITED filing history - Find and update company information - GOV.UK](#)

Group of Companies' accounts made up to 31 December 2023, gepubliceerd op 8 oktober 2024, geraadpleegd op 19 november 2024

96 Ipsos. (2023). Unlocking Culture in Europe. TikTok. Geraadpleegd op 21 oktober 2024, van https://sf16-va.tiktokcdn.com/obj/eden-va2/hgvkshieh7lssli/Unlocking_Culture_in_EU_TikTok_Ipsos.pdf

Ipsos survey among n=8000 TikTok users across 8 EU countries, December 2022

97 Ipsos. (2023). Unlocking Culture in Europe. TikTok. Geraadpleegd op 21 oktober, van https://sf16-va.tiktokcdn.com/obj/eden-va2/hgvkshieh7lssli/Unlocking_Culture_in_EU_TikTok_Ipsos.pdf

98 Ipsos. (2023). Unlocking Culture in Europe. TikTok. Geraadpleegd op 21 oktober 2024, van https://sf16-va.tiktokcdn.com/obj/eden-va2/hgvkshieh7lssli/Unlocking_Culture_in_EU_TikTok_Ipsos.pdf

99 TikTok. (2024). Monetization Offerings Overview. TikTok Creator Academy. Geraadpleegd op 21 oktober 2024, van <https://www.tiktok.com/creator-academy/nl-NL/article/monetization-offerings-overview>

100 TikTok. (2024). How can creators earn on TikTok?. TikTok Help Center. Geraadpleegd op 21 oktober 2024, van <https://support.tiktok.com/en/using-tiktok/growing-your-audience/how-can-creators-earn-on-tiktok>

101 Whateley, D. (2023, June 2). How many followers you need on TikTok to get paid. Business Insider. Geraadpleegd op 19 november 2024, van <https://www.businessinsider.com/how-many-followers-on-tiktok-to-get-paid?international=true&r=US&IR=T>

102 [money per view tiktok - Google Search](#)

van Consultancy Oxford Economics naar ‘the TikTok Effect’ voor midden- en kleinbedrijven in de Europese Unie. Het onderzoek stelt dat de activiteiten van MKB’s op TikTok in Nederland voor €692 miljoen hebben bijgedragen aan het BBP. Hiermee zijn 6000 banen ondersteund.¹⁰³

2.7 Wanneer is de digitale dienst een succes? Hoe en wanneer meet je dit? (bijvoorbeeld na 1 maand of na 2 jaar?)

In het annual report staat benoemd dat de inkomsten van TikTok voornamelijk worden gegenereerd door de distributie van online advertenties en het leveren van value-added diensten.¹⁰⁴ Daarnaast wordt de grootte van het aantal gebruikers en de mate waarin gebruikers actief zijn op het platform cruciaal gezien voor het groeien van de business. Deze groei is volgens TikTok afhankelijk van het vermogen van het bedrijf om bestaande gebruikers te behouden en nieuwe gebruikers aan te trekken op een kostenefficiënte manier.¹⁰⁵

Beschrijving van de bijdrage aan het welzijn van kinderen

Voor de uiteindelijke proportionaliteitsafweging is het van belang om goed in kaart te brengen hoe de digitale dienst bijdraagt aan de rechten en het welzijn van kinderen. De beoordeling gebeurt aan de hand van acht elementen in de vragen 2.8 tot en met 2.14.

- *Meer toelichting bij deze vragen vindt u in hoofdstuk 2 van de handleiding.*
- *Let op: tijdens het proces van het invullen van bijdragen is het zeer waarschijnlijk dat er al discussies plaatsvinden over mogelijke risico’s. Het is raadzaam om deze direct in te vullen in Hoofdstuk 3 Risico’s.*

2.8 Op wat voor manier geeft de digitale dienst een gevoel van zingeving (sense of purpose), en draagt het bij aan het gevoel van eigenwaarde?

De KIA-handleiding geeft aan dat deze vraag is geformuleerd aan de hand van de waarde ‘zelfverwezenlijking’. Zelfverwezenlijking kan ondersteund worden door middel van het stimuleren van content die bijdraagt aan positieve ervaringen. Voorbeelden zijn informatieve content, creatieve content of content die bijdraagt aan zelfacceptatie en ontplooiing. Welke soort content bijdraagt aan zelfverwezenlijking verschilt per kind. We starten onze analyse met inzichten vanuit experts en de wetenschap over social media in het algemeen. Vervolgens maken we dit specifiek voor TikTok.

Inzichten vanuit experts en de wetenschap

Binnen de omvang en tijdspanne van dit project, hebben we geen wetenschappelijke literatuur gevonden die precies ingaat op de relatie tussen socialmediagebruik (van kinderen) en hoe dit bijdraagt aan de waarde ‘zelfverwezenlijking’.

Tegelijkertijd stelt het Nederlands Jeugdinstituut (NJI) dat het gebruik van social media in het algemeen een positieve bijdrage kan leveren aan aanpalende waarden. Zo geeft het NJi aan dat identiteitsontwikkeling van jongeren – bestaande uit zelfbeeld en eigenwaarde – plaatsvindt door interactie met en het observeren van hun (online) omgeving. Social media kan fungeren als oefenruimte voor de communicatieve vaardigheden.¹⁰⁶ Social media biedt jongeren volgens het NJi mogelijkheden om verschillende identiteiten uit te proberen en te horen wat anderen ervan vinden. Dit helpt hen te bepalen welke identiteiten of delen daarvan ze verder willen ontwikkelen. Door zichzelf te presenteren en onthullen, kunnen jongeren delen van hun identiteit aan elkaar toetsten. Denk bijvoorbeeld aan meningen, houdingen, normen en waarden.

¹⁰³ [TIKTOK INFORMATION TECHNOLOGIES UK LIMITED filing history - Find and update company information - GOV.UK](#) Group of Companies’ accounts made up to 31 December 2023, gepubliceerd op 8 oktober 2024 p.7, geraadpleegd op 19 november 2024

¹⁰⁴ [TIKTOK INFORMATION TECHNOLOGIES UK LIMITED filing history - Find and update company information - GOV.UK](#) Group of Companies’ accounts made up to 31 December 2023, gepubliceerd op 8 oktober 2024, p.2, geraadpleegd op 19 november 2024

¹⁰⁵ [TIKTOK INFORMATION TECHNOLOGIES UK LIMITED filing history - Find and update company information - GOV.UK](#) Group of Companies’ accounts made up to 31 December 2023, gepubliceerd op 8 oktober 2024, p.3, geraadpleegd op 19 november 2024

¹⁰⁶ Nederlands Jeugdinstituut. (2023). *Sociale media en identiteitsontwikkeling*. Geraadpleegd op 21 oktober 2024, van <https://www.nji.nl/mediaopvoeding/sociale-media-en-identiteitsontwikkeling>

Specifiek voor TikTok

Hieronder beschrijven we een aantal acties van TikTok die kunnen bijdragen aan de zingeving van kinderen doordat het een bepaalde soort content stimuleert.

- De STEM Feed, zoals uiteengezet in vraag 2.1, is hier een voorbeeld van. De STEM Feed stimuleert kinderen onder de 18 jaar om in aanraking te komen met de benoemde thema's.
- Creativiteit wordt gestimuleerd door middel van campagnes en competities. Een voorbeeld van competitie is de competitie #TikTokShortFilm. De winnaars werden uitgenodigd voor het filmfestival in Cannes.¹⁰⁷
- #BoekTok is een populaire hashtag op TikTok. In Nederland is de hashtag al 70.000 keer gebruikt. De hashtags brengt boekenliefhebbers bij elkaar en stimuleert jongeren om te lezen. Boekenwinkels zoals Donner in Rotterdam en Scheltema in Amsterdam hebben zelfs speciale BoekTok-tafels. Ook schrijvers zijn actief op TikTok. Francine Oomen van de 'Hoe overleef ik'-boeken heeft haar TikTok-volgers gevraagd om input voor haar nieuwste boek: 'Hoe overleef ik alles wat ik niemand vertel'.¹⁰⁸
- Door TikTok leren gebruikers – waaronder kinderen – (verschillende soorten) muziek leren kennen. De uitgebreide muziek- en audiobibliotheek ondersteunt elke video die wordt geplaatst.¹⁰⁹ Een challenge op het platform is de #MusicChallenge. Deze trend onthulde een reeks meeslepende verhalende patronen die de muziekchallengememe definiëren als een fenomeen van transmediale storytelling, zelfexpressie en het verbinden van mensen met in-groups op basis van nostalgie, expertise, vriendschap, burgerschap en leeftijd, allemaal gemedieerd door muziek.¹¹⁰ Een andere challenge was de #ThisIsMeChallenge van de film *The Greatest Showman*. Het onderzoek van Zeng, et al. (2021) concludeert dat TikTok een platform is geworden dat activisme en empowerment bevordert door middel van muzikale kaders die sociale discriminatie uitdagen.¹¹¹

TikTok gaat ook partnerschappen aan die zelfacceptatie en zelfontplooiing van kinderen kunnen stimuleren. Een voorbeeld is de Mediawijsheidcampagne met Nieuwscheckers. Deze campagne is onderdeel van de inzet van TikTok voor de EU-gedragscode tegen desinformatie en focust zich op digitale geletterdheid van gebruikers door middel van in-app activiteiten.¹¹² Een ander partnerschap is de samenwerking met COC Nederland tijdens Pride Amsterdam. TikTok geeft aan zich in te zetten om bij te dragen aan het vergroten van acceptatie en het beschermen van de lhbtqia+-gemeenschap.¹¹³ Naast partnerschappen wordt dit ook uiteengezet in de 'gids voor inclusiviteit en saamhorigheid' en de 'community-richtlijnen'. In de community-richtlijnen staan specifieke richtlijnen van het contentbeleid die bijdragen aan de bescherming van de lhbtqia+-gemeenschap.¹¹⁴

2.9 Hoe draagt de digitale dienst bij aan een gevoel van controle en het leren maken van keuzes?

De KIA-handleiding geeft aan dat deze vraag is geformuleerd aan de hand van de waarde 'empowerment'. Voor digitale diensten betekent dit dat zij kinderen mogelijkheden bieden om zeggenschap te hebben en zo een gevoel van autonomie en controle te ontwikkelen. Dit gaat bijvoorbeeld over het maken van keuzes over welke content ze te zien krijgen en delen. We starten onze analyse met inzichten vanuit experts en de wetenschap over social media in het algemeen. Vervolgens maken we dit specifiek voor TikTok.

107 TikTok. (2024, May 21). *TikTok Shortfilm Cannes 2024*. TikTok Newsroom. Geraadpleegd op 21 oktober 2024, van <https://newsroom.tiktok.com/nl-nl/tiktok-shortfilm-cannes-2024>

108 TikTok. (2023, March 16). *Vier Boekenweek met BookTok*. TikTok Newsroom. Geraadpleegd op 21 oktober 2024, van <https://newsroom.tiktok.com/nl-nl/vier-boekenweek-met-booktok>

109 Vizcaino-Verdú, A., & Aguaded, I. (2022). *#ThisIsMeChallenge and Music for Empowerment of Marginalized Groups on TikTok*. Media and Communication, 10(1), 157-172. Geraadpleegd op 19 november 2024, van https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/77858/ssoar-mediacomm-2022-1-vizcaino-verdu_et_al-ThisIsMeChallenge_and_Music_for_Empowerment.pdf?sequence=1&isAllowed=y

110 Vizcaino-Verdú, A., & Aguaded, I. (2022). *#ThisIsMeChallenge and Music for Empowerment of Marginalized Groups on TikTok*. Media and Communication, 10(1), 157-172. Geraadpleegd op 19 november 2024, van https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/77858/ssoar-mediacomm-2022-1-vizcaino-verdu_et_al-ThisIsMeChallenge_and_Music_for_Empowerment.pdf?sequence=1&isAllowed=y

111 Zeng, J., Abidin, C., & Schäfer, M. S. (2021). Research Perspectives on TikTok and Its Legacy Apps. International Journal of Communication, 15, 18141-3680. Geraadpleegd op 19 november 2024, van <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/18141/3680>

112 TikTok. (2023, October 10). *Supporting our community this World Mental Health Day and beyond*. TikTok Newsroom. Geraadpleegd op 21 oktober 2024, van <https://newsroom.tiktok.com/nl-nl/world-mental-health-day-2023>

113 TikTok. (2024, August 1). *TikTok en COC vierden 30 juli Amsterdam Pride*. TikTok Newsroom. Geraadpleegd op 21 oktober 2024, van <https://newsroom.tiktok.com/nl-nl/tiktok-en-coc-vierden-30-juli-amsterdam-pride>

114 [Gids voor inclusiviteit en saamhorigheid \(tiktok.com\)](#)

Inzichten vanuit experts en de wetenschap

Het centrum voor Onderwijsonderzoek en Innovatie van de OECD heeft een serie gepubliceerd over innovatie in het onderwijs. Een specifiek onderzoek focust op empowerment, waarbij de onderzoekers ook ingaan op de relatie tussen (sociale) media-engagement en empowerment.¹¹⁵ Ze onderzoeken hoe individuen ‘empowered’ worden door mediaonderwijs.

Engagement verwijst naar gedrag dat gemotiveerd wordt door gedeelde sociale ervaringen en identiteit. Het gaat niet alleen om consumptie, maar ook om empowerment, en biedt een middel waarmee een individu kan deelnemen aan de samenleving, de politiek en cultuur. Empowerment komt door toegang tot informatie, vrijheid van meningsuiting en participatie.

De opkomst van digitale media heeft ervoor gezorgd dat ervaringen van mensen zijn gepersonaliseerd en gediversifieerd. Dit kan voor sommige kinderen een vorm van empowerment zijn. Een voorbeeld dat de wetenschappers geven is dat, wanneer een individu zich bijvoorbeeld niet identificeert met het hoofdverhaal, social media een bredere culturele toegang biedt die adolescenten in staat stelt om alternatieve verhalen te vinden die volgens hen beter bij hen passen. Dit kan een positieve, sociale ervaring zijn als het een individu in staat stelt om te zoeken naar een groep, gemeenschap of subcultuur waar hij/zij zich thuis voelt.¹¹⁶

Ook influencers kunnen zorgen voor empowerment. Als adolescenten hun eigen mediacontent maken, volgen ze vaak de strategieën van de influencers. Volgens de OECD is deze reproductie een ‘exercise of agency’ en kan dat ‘empowering’ zijn, zelfs als de inhoud niet origineel is.¹¹⁷

Specifiek voor TikTok

In het beantwoorden van deze vraag gaan we in op de mogelijkheden die TikTok biedt voor kinderen om een gevoel van autonomie en controle te ontwikkelen over hun gebruik van het platform.

Controle op welke content een gebruiker te zien krijgt

Bij het aanmaken van een account op TikTok krijgt een gebruiker de mogelijkheid om interesses aan te geven. Vervolgens kan een gebruiker door middel van meerdere functionaliteiten controle uitoefenen op het aanbevelingssysteem. Dit kan zowel in de instellingen als in de feed zelf.

In de instellingen:

- **Filteren op keywords:** een gebruiker kan filters instellen om content die specifieke woorden en varianten hierop bevat en bijbehorende hashtags te verwijderen uit de ‘For You Feed’ en ‘Following Feed’.¹¹⁸
- **Refresh de ‘For You Feed’:** een gebruiker kan de For You Feed opnieuw instellen. De aanbevelingen kunnen opnieuw vormgegeven worden door nieuwe interesses toe te voegen.¹¹⁹ Deze functie is echter niet makkelijk te vinden in de instellingen. Menu → Instellingen en privacy → Contentvoorkeuren → Refresh for you Feed → stappen volgen. Het kan ook niet teruggedraaid worden.
- **Comments:** een gebruiker kan aangeven wie reacties mag geven op zelf geplaatste content: iedereen, vrienden of alleen de gebruiker zelf.
 - **Comment Care Mode (reactiecontrolemodus):** gebruikers kunnen dit filter aanzetten. Hierdoor worden automatisch opmerkingen die ongepast of aanstootgevend zijn of godslastering bevatten verwijderd. Ook opmerkingen die door de gebruiker zelf of door anderen zijn gerapporteerd worden gefilterd. Vergelijkbare opmerkingen of ‘disliked comments’ worden ook niet getoond.¹²⁰ (Deze instelling is te vinden via het volgende klikpad: Instellingen en Privacy → Privacy → reacties → reactiecontrolemodus)

115 OECD. (2024). *What Does Child Empowerment Mean Today? Implications for Education and Well-being*. OECD iLibrary. Geraadpleegd op 21 oktober 2024, van https://www.oecd-ilibrary.org/education/what-does-child-empowerment-mean-today_8f80ce38-en

116 OECD. (2024). *What Does Child Empowerment Mean Today? Implications for Education and Well-being* (p. 92). Geraadpleegd op 21 oktober 2024, van <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/8f80ce38-en.pdf?expires=1731576619&id=id&accname=guest&checksum=DE2F85E851294E6A200DE52E0794A7AE>

117 OECD. (2024). *What Does Child Empowerment Mean Today? Implications for Education and Well-being* (p. 93). Geraadpleegd op 21 oktober 2024, van <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/8f80ce38-en.pdf?expires=1731576619&id=id&accname=guest&checksum=DE2F85E851294E6A200DE52E0794A7AE>

118 TikTok (z.d.). [How TikTok recommends content | TikTok Help Center](#)
– how you can influence what you see on TikTok, geraadpleegd op 21 oktober 2024

119 TikTok (z.d.). [How TikTok recommends content | TikTok Help Center](#)
– how you can influence what you see on TikTok, geraadpleegd op 21 oktober 2024

120 TikTok (z.d.). [Comment Care Mode | TikTok Help Center](#), geraadpleegd op 21 oktober 2024

Content Controls

- **Beperkte modus:** met de beperkte modus kan een gebruiker blootstelling aan bepaalde soort content weren. In de beperkte modus is de Follow Feed niet beschikbaar. Ook kan een gebruiker niet zelf LIVE gaan of cadeaus uitdelen aan andere gebruikers. De gebruiker kan dit zelf instellen. Ouders en voogden kunnen de beperkte modus ook voor hun kind aanzetten.¹²¹
- **Unfollow:** een gebruiker kan ervoor kiezen om een maker te *ontvolgen*. De content van deze maker wordt dan niet meer getoond.
- **Blokkeren:** een gebruiker kan iedereen om welke reden dan ook blokkeren. De geblokkeerde gebruiker kan niet meer communiceren met de gebruiker of reageren op de content.
- **Comments:** een gebruiker kan een comment ‘disliken’ door op een ‘duimpje omlaag’ te klikken. Gebruikers kunnen ook altijd comments onder hun eigen content verwijderen (en/of rapporteren).
- **Likes:** een gebruiker kan instellen dat andere gebruikers niet kunnen zien welke video’s de gebruiker leuk vindt.
- Een video op de feed:
 - Niet geïnteresseerd: ‘we zullen minder van dit soort video’s tonen’.
 - Na dit aangegeven te hebben kan een gebruiker nieuwe keywords toevoegen - die bij dit soort content passen.
- **Melden:** een gebruiker kan een melding maken van content. Dit betreft onder andere het rapporteren van schadelijke of illegale content. Bij het melden van content op de feed krijgt de gebruiker een zeer uitgebreide lijst te zien van de mogelijke soorten content waarover een melding gedaan kan worden. Belangrijk om te benoemen is dat de optie om een melding te doen makkelijk toegankelijk is door lang te drukken op een video maar dat er vervolgens zeer veel verschillende keuzes en subkeuzes worden aangeboden. Bij het melden van illegale content moet er zelfs worden aangegeven welke wet deze content zou schenden.

2.10 Hoe stimuleert de digitale dienst de nieuwsgierigheid, openheid voor nieuwe ervaringen en creatieve vaardigheden van kinderen?

De KIA-handleiding geeft aan dat deze vraag is geformuleerd aan de hand van de waarde ‘creativiteit’. Creativiteit is een belangrijke kwaliteit die sterk overlapt met leren. We starten onze analyse met inzichten vanuit experts en de wetenschap over social media in het algemeen. Vervolgens maken we dit specifiek voor TikTok.

Inzichten vanuit experts en de wetenschap

Binnen de omvang en tijdsspanne van dit onderzoek, hebben we geen wetenschappelijke literatuur gevonden die precies ingaat op de relatie tussen socialmediagebruik van kinderen en hoe dit bijdraagt aan de waarde creativiteit. Tegelijkertijd zijn er wel diverse onderzoeken die aantonen dat het gebruik van social media in het algemeen een positieve bijdrage kan leveren aan aanpalende waarden.

Over het algemeen kunnen socialmediaplatforms bijdragen aan het vergroten of stimuleren van mediageletterdheid, zelfexpressie, het gevoel van erbij horen, maatschappelijke betrokkenheid en creativiteit.¹²² Zo kan bepaalde content inspirerend werken en de creativiteit bevorderen. Dit zou dus ook voor kinderen kunnen gelden, maar zoals gesteld is deze waarde voor specifiek kinderen niet onderzocht.

¹²¹ TikTok (z.d.) [Veiligheid op TikTok | TikTok-hulpcentrum](#) – wat is beperkte modus (z.d.) geraadpleegd op 21-10-2024

¹²² Abi-Jaoude, E., Treurnicht Naylor, K., & Pignatiello, A. (2020, februari 10). Smartphones, social media use and youth mental health. *CMAJ*, pp. 135-141. doi:doi: 10.1503/cmaj.190434

Specifiek voor TikTok

TikTok geeft aan zich in te zetten voor het stimuleren van creativiteit onder de gebruikers. Dit doet TikTok op verschillende manieren, voor verschillende communities. De eerder benoemde TikTok-makersacademie geeft tips over het maken van content. Het is echter niet duidelijk of dit ook toegankelijk is voor gebruikers onder de 18 jaar of niet. Daarnaast zet TikTok actief in op bepaalde onderwerpen. Naast de al eerder genoemde #BoekTok zijn er andere onderwerpen waar TikTok zich op richt:

Tijdens het EK 2024 werkte TikTok samen met sportmerken, teams en atleten om het enthousiasme over de sport en het kampioenschap aan te wakkeren. Er werden 2 miljoen posts met #EURO2024 geplaatst. Er was een speciale in-app 'EURO 2024 hub' aangemaakt met live updates en highlights van de wedstrijden.¹²³

Niet alleen sport wordt gestimuleerd. Ook de filmwereld wordt op TikTok in beeld gebracht. TikTok was officiële partner van het filmfestival in Cannes. Een voorbeeld van het stimuleren van creativiteit is de 'short film competitie' voor het filmfestival. Gebruikers konden laagdrempelig meedoen door middel van #TikTokShortFilm. De winnaars mochten naar het filmfestival komen om hun werk daar te laten zien.¹²⁴ Ook musea, zoals het Rijksmuseum, zijn actief op TikTok om de jonge generatie te bereiken. Het Rijksmuseum geeft bijvoorbeeld uitleg over de achtergrond van het schilderij 'het melkmeisje' met kunstgeschiedenis en context. Andere content die kan bijdragen aan het ontwikkelen van creatieve vaardigheden zijn de vele make-up tutorials zoals die van nikkietutorials.¹²⁵ Daarnaast stimuleert en inspireert de content van andere reguliere gebruikers natuurlijk ook. Denk aan kookfilmpjes of mode gerelateerde content.

2.11 Hoe draagt de digitale dienst bij aan de manier waarop kinderen hun eigen vaardigheden zien?

De KIA-handleiding geeft aan dat deze vraag is geformuleerd aan de hand van de waarde 'competentie'. Een digitale dienst beïnvloedt de manier hoe kinderen hun eigen vaardigheden en competenties zien. We starten onze analyse met inzichten vanuit experts en wetenschap over social media in het algemeen. Vervolgens maken we dit specifiek voor TikTok.

Inzichten vanuit experts en de wetenschap

Binnen de omvang en tijdsspanne van dit onderzoek, hebben we geen wetenschappelijke literatuur gevonden die precies ingaat op de relatie tussen socialmediagebruik van kinderen en hoe dit bijdraagt aan de waarde 'competentie'. Tegelijkertijd zijn er wel diverse onderzoeken die aantonen dat het gebruik van social media in het algemeen een positieve bijdrage kan leveren aan aanpalende waarden zoals het vergroten van vaardigheden en competenties.

Content op social media kan een bijdrage leveren aan het vergroten van vaardigheden en competenties. De berichten op socialmediaplatformen over gezond voedsel zijn bijvoorbeeld een voorbeeld van positieve invloed.¹²⁶ Gezond voedsel wordt vaker gerelateerd aan huisgemaakte maaltijden, wat helpt bij het verbeteren van kennis en vaardigheden rond gezond eten. Voedselvaardigheid speelt een belangrijke rol in de relatie tussen blootstelling aan gezonde voedselberichten en de consumptie van gezond voedsel.¹²⁷

Daarnaast raken kinderen bekend met het uitvoeren van taken en het oplossen van problemen, doordat ze zelfstandig moeten navigeren door het platform.

Specifiek voor TikTok

TikTok biedt kinderen de mogelijkheid om digitale vaardigheden te ontwikkelen zoals het maken en plaatsen van content.

¹²³ TikTok. (16 juli 2024) [EK 2024: De TikTok trends op en buiten het veld | TikTok-perskamer](#) geraadpleegd op 21 oktober 2024

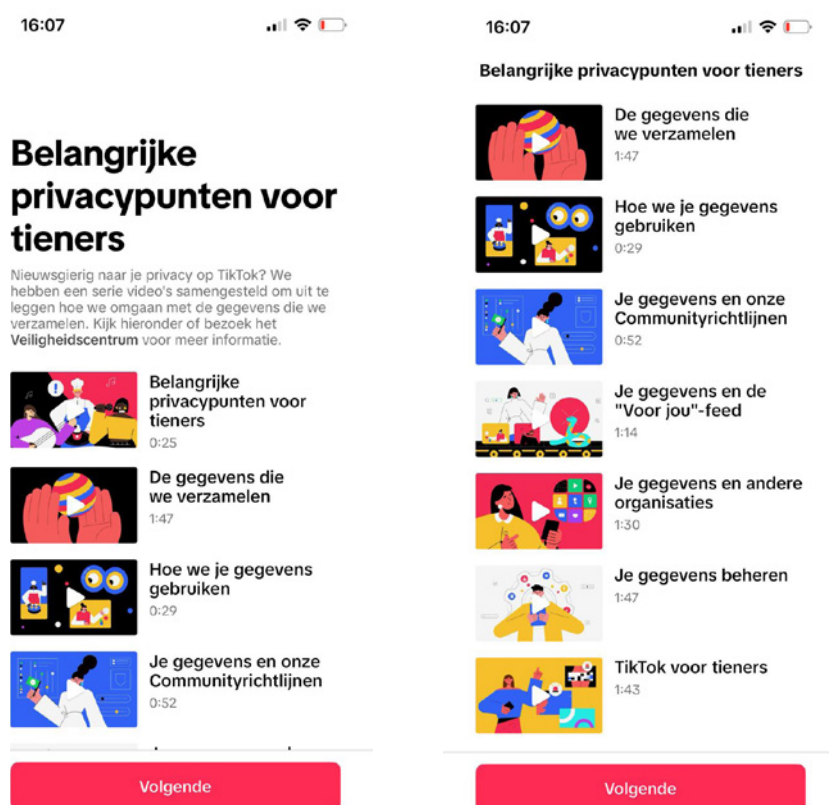
¹²⁴ TikTok (28 februari 2024) [TikTok nodigt nieuwe generatie filmmakers uit voor korte film competitie #TikTokShortFilm op filmfestival Cannes | TikTok-perskamer](#) geraadpleegd op 21 oktober 2024

¹²⁵ TikTok. (2023, December 6). *The Year on TikTok 2023*. TikTok Newsroom. Geraadpleegd op 21 oktober 2024, van <https://newsroom.tiktok.com/nl-nl/the-year-on-tiktok-2023>

¹²⁶ Qutteina, Y., Hallez, L., Raedschelders, M., De Backer, C., & Smits, T. (2021, juli 30). Food for teens: how social media is associated with adolescent eating outcomes. *Public Health Nutrition*, 2, pp. 290-302. doi:doi:10.1017/S1368980021003116

¹²⁷ Qutteina, Y., Hallez, L., Raedschelders, M., De Backer, C., & Smits, T. (2021, juli 30). Food for teens: how social media is associated with adolescent eating outcomes. *Public Health Nutrition*, 2, pp. 290-302. doi:doi:10.1017/S1368980021003116

Volgens de handleiding valt onder de waarde ‘competentie’ ook het aanbieden van voor kinderen relevante informatie op een wijze die voor hen herkenbaar, toegankelijk en begrijpelijk is. TikTok heeft speciale kindvriendelijke video’s gemaakt over het privacybeleid voor gebruikers met minderjarige accounts. Als een minderjarige gebruiker een account aanmaakt, krijgt de gebruiker een overzicht met video’s te zien over het privacybeleid, de community-richtlijnen en TikTok voor tieners, zie de screenshots hierna. Deze video’s worden allemaal op een kindvriendelijke manier weergegeven en kunnen een positief effect hebben op het gevoel van eigenwaarde omdat een kind de informatie kan begrijpen. Het is echter niet verplicht om de video’s af te kijken en het privacybeleid kan zonder het daadwerkelijk gezien of gelezen te hebben worden geaccepteerd.



Figuur 6 TikTok ‘Belangrijke Privacypunten voor tieners’.

2.12 Hoe stelt de digitale dienst kinderen in staat om het gevoel van stress te voorkomen of verminderen door positieve vormen van rust, kalmte en escapisme te bieden?

De KIA-handleiding geeft aan dat deze vraag is geformuleerd aan de hand van de waarde ‘emotionele regulatie’. Gebruik van de digitale dienst kan ervoor zorgen dat een kind de kans krijgt om even aan de realiteit te ontsnappen en te genieten van de ‘stilstand van de tijd’ of downtime. We starten onze analyse met inzichten vanuit experts en de wetenschap over social media in het algemeen. Vervolgens maken we dit specifiek voor TikTok.

Inzichten vanuit experts en de wetenschap

Binnen de omvang en tijdsspanne van dit onderzoek hebben we geen wetenschappelijke literatuur gevonden die precies ingaat op de relatie tussen socialmediagebruik van kinderen en hoe dit bijdraagt aan de waarde ‘emotionele regulatie’. Tegelijkertijd zijn er wel diverse onderzoeken die aantonen dat het gebruik van social media in het algemeen een positieve bijdrage kan leveren aan aanpalende waarden. Social media kan bijvoorbeeld bijdragen aan het delen van emoties. Het delen van emoties helpt mensen bij het bereiken van twee doelen: bevrediging van onze sociaal-emotionele behoeften zoals het ontvangen van steun en het

valideren van onze gevoelens alsook het normaliseren van onze ervaringen. Daarnaast kan het bijdragen aan het ontvangen van advies om onze ervaringen te helpen begrijpen.¹²⁸

Daarnaast biedt positieve content, zoals grappige video's van huisdieren, afleiding als kinderen een slechte dag hebben. Uit onderzoek van Van der Wal, et al.¹²⁹ blijkt dat 72% van de ondervraagde jongeren vaak naar social media grijpen om afleiding te zoeken. Onderzoek van Wolfers en Utz laat zien dat social media gebruikt kan worden als coping tools voor stress, bijvoorbeeld in het zoeken van afleiding en het ventileren van emoties. Daarnaast kan social media gebruikt worden om het probleem op te lossen dat de stress heeft veroorzaakt. Dit is echter niet in alle gevallen effectief.¹³⁰

Specifiek voor TikTok

TikTok kan voor afleiding en entertainment zorgen. De inzichten van de experts en de wetenschap geven aan dat dit vormen van escapisme zijn. Daarnaast probeert TikTok bij te dragen aan positieve vormen van rust, kalmte en escapisme door samenwerkingen aan te gaan met organisaties die zich hiermee bezighouden. Een voorbeeld is de samenwerking met de applicatie Headspace. Creators krijgen zes maanden gratis toegang tot Headspace. Headspace is gericht op het bieden van een platform met tools en content over mentale gezondheid, ontwikkeld door experts. De tools ondersteunen onder andere in het verminderen van stress en een positieve mindset.¹³¹

2.13 Op wat voor manier faciliteert de digitale dienst het maken van veilige connecties met leeftijdsgenoten, familie of andere belangrijke mensen in het leven?

De KIA-handleiding geeft aan dat deze vraag is geformuleerd aan de hand van de waarde 'sociale verbondenheid'. Kinderen benadrukken sociale verbinding als de sleutel tot hun welzijn. We starten onze analyse met inzichten vanuit experts en de wetenschap over social media in het algemeen. Vervolgens maken we dit specifiek voor TikTok.

Inzichten vanuit experts en de wetenschap

We hebben wetenschappelijke literatuur gevonden die ingaat op de relatie tussen socialmediagebruik van kinderen en de bijdrage aan de waarde sociale verbondenheid. De meeste onderzoeken naar dit onderwerp zijn echter niet op kinderen gericht.

Het onderzoek van Van der Wal et al. binnen project AWeSome is specifiek gericht op kinderen.¹³² Het laat zien dat het merendeel van de ondervraagde tieners ervaren dat het gebruik van social media een positieve invloed heeft op hoe *close* hun vriendschappen zijn en hoe verbonden ze zich voelen met hun vrienden. Ander onderzoek laat zien dat social media in het algemeen kan bijdragen aan het delen van emoties.¹³³ Social media draagt bij aan het ontvangen van emotionele en cognitieve steun door sociale interacties en het overbruggen van fysieke afstand met connecties.¹³⁴

Wetenschapper Philippe Verduyn van Maastricht University geeft aan dat via social media interactie kan worden aangegaan met mensen die een gebruiker anders niet tegen het lijf was gelopen.¹³⁵ Daarnaast kunnen mensen via social media steun of herkenbaarheid vinden in gebruikers die dezelfde *struggles* hebben.

128 Kross, E., Verduyn, P., Sheppes, G., Costello, C. K., Jonides, J., & Ybarra, O. (2021, January). Social Media and Well-Being: Pitfalls, Progress, and Next Steps. *Trends in Cognitive Sciences*, 1, pp. 55-66. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tics.2020.10.005>

129 Van der Wal, A., Janssen, L., Bij de Vaate, A., Beyens, I., & Valkenburg, P. (2023). *De plussen en minnen van social media. Jongeren aan het woord*. Center for Research on Children, Adolescents, and the Media. Universiteit van Amsterdam. Opgeroepen op augustus 26, 2024

130 Wolfers, L., & Utz, S. (2022). Social media use, stress, and coping. *Current Opinion in Psychology*, 45, 101305. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101305>

131 TikTok Newsroom. (2024, oktober 10). TikTok neemt nieuwe stappen om de mentale gezondheid te verbeteren en gaat samenwerking aan met Headspace. Geraadpleegd op 22 oktober 2024, van <https://newsroom.tiktok.com/nl-nl/tiktok-neemt-nieuwe-stappen-om-de-mentale-gezondheid-te-verbeteren-en-gaat-samenwerking-aan-met-headspace>

132 Van der Wal, A., Beyens, I., Janssen, L. H. C., & Valkenburg, P. M. (2024, August 14). Social media use leads to negative mental health outcomes for most adolescents. p. 18. Pre-Print, <https://doi.org/10.31234/osf.io/qegrn>

133 Kross, E., Verduyn, P., Sheppes, G., Costello, C. K., Jonides, J., & Ybarra, O. (2021, January). Social Media and Well-Being: Pitfalls, Progress, and Next Steps. *Trends in Cognitive Sciences*, 1, pp. 55-66. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tics.2020.10.005>

134 Kross, E., Verduyn, P., Sheppes, G., Costello, C. K., Jonides, J., & Ybarra, O. (2021, January). Social Media and Well-Being: Pitfalls, Progress, and Next Steps. *Trends in Cognitive Sciences*, 1, pp. 55-66. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tics.2020.10.005>

135 Maastricht University. (2023, August 17). Niet alleen maar zorgwekkend: sociale media hebben ook positieve impact op ons welzijn. Geraadpleegd op 21 oktober 2024, van <https://www.maastrichtuniversity.nl/nl/nieuws/niet-alleen-maar-zorgwekkend-sociale-media-hebben-ook-positieve-impact-op-ons-welzijn>

Actief gebruik, zoals zelf berichten plaatsen of reageren op anderen, kan tevens een positief gevoel van verbondenheid creëren.

Andere voordelen die uit interacties op socialmediaplatforms kunnen voortkomen zijn bijvoorbeeld het vinden van productieve informatie over mentale gezondheid en het verlagen van drempels voor toegang tot hulpmiddelen zoals crisislijnen.^{136, 137} Valkenburg, et al.¹³⁸ benoemen de voordelen van talloze therapeutische video's die jongeren op social media kunnen vinden. Op deze manier kunnen jongeren herkenning en steun bij elkaar vinden. Daarnaast kan social media ook gebruikt worden voor het vormen van connecties en het uitwisselen van informatie en advies voor bijvoorbeeld families met kinderen met ernstige of zeldzame ziekten of kinderen met handicaps.¹³⁹

Specifiek voor TikTok

Functies voor veilige connecties

TikTok draagt op verschillende manieren zorg voor veilige sociale connecties.

- **Privé-account.**¹⁴⁰ Accounts voor personen jonger dan 16 worden vanaf het begin standaard op privé ingesteld. Dit betekent dat de gebruiker volgverzoeken kan goedkeuren of afwijzen en dat alleen goedgekeurde volgers hun content kunnen bekijken. Accounts van personen vanaf 16 jaar en ouder die tijdens de registratie geen privéaccount kiezen, beginnen als openbaar. Dit betekent dat iedereen de video's kan bekijken en reacties kan plaatsen bij de content die gemaakt is.
- **Account aan anderen voorstellen.** Met de instelling 'Je account aan anderen voorstellen', kunnen anderen het account van een andere gebruiker ontdekken. Deze functie is standaard uitgeschakeld voor gebruikers jonger dan 16 jaar, maar dit kan gewijzigd worden in de privacy-instellingen.
- **Gezinskoppeling.** Met *Family Pairing* kunnen ouders en verzorgers hun TikTok-account koppelen aan dat van hun tiener, zodat gezinnen samen de inhoud en privacy-instellingen kunnen aanpassen. Deze functie geeft ouders en verzorgers meer overzicht op het gedrag van hun kinderen op TikTok.

TikTok geeft aan samen te werken met jongeren en de feedback die ze krijgen te gebruiken om nieuwe veiligheidsoplossingen en educatieve campagnes te ontwikkelen en partnerschappen aan te gaan. TikTok heeft in 2024 een Jeugdraad gelanceerd in samenwerking met Praesidio Safeguarding. De raad bestaat uit 15 jongeren tussen de 15 en 18 jaar oud, afkomstig uit verschillende landen wereldwijd.¹⁴¹ Op deze wijze haalt TikTok informatie op om nieuwe veiligheidsoplossingen te ontwikkelen die kunnen bijdragen aan het aangaan van veilige connecties.

136 Abi-Jaoude, E., Treurnicht Naylor, K., & Pignatiello, A. (2020, februari 10). Smartphones, social media use and youth mental health. *CMAJ*, pp. 135-141. doi:doi: 10.1503/cmaj.190434

137 Clark, H., Coll-Seck, A., Banerjee, A., & Peterson, S. (2020, February 22). A future for the world's children? A WHO-UNICEF-Lancet Commission. *Lancet*, pp. 605-658. doi:https://doi.org/10.1016/

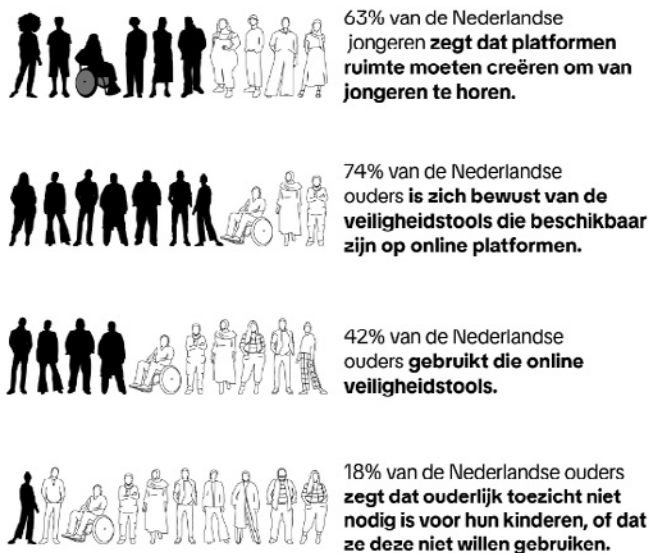
138 Valkenburg, P. D., van der Wal, D. A., & Beyens, D. I. (2023, december). SCHERMGELEUK EN SCHERMVERDRIET: De invloed van social media op de gezondheid van jongeren. *Unicef Essayreeks: Kinderrechten in de digitale wereld*, pp. 1-15. Opgeroepen op augustus 13, 2024

139 Clark, H., Coll-Seck, A., Banerjee, A., & Peterson, S. (2020, February 22). A future for the world's children? A WHO-UNICEF-Lancet Commission. *Lancet*, pp. 605-658. doi:https://doi.org/10.1016/

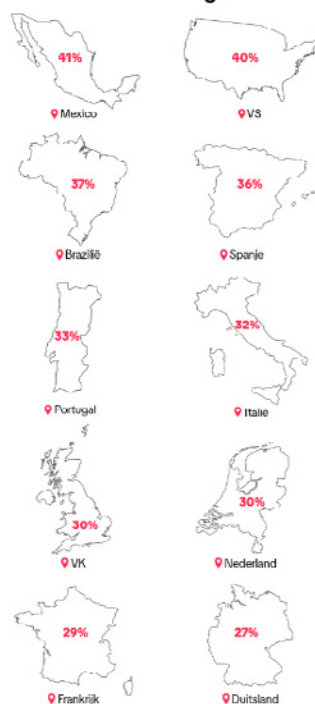
140 TikTok. (2024). *Account settings*. Geraadpleegd op 21 oktober 2024, van https://www.tiktok.com/safety/nl-nl/account-settings?sc_version=2024

141 TikTok. (25 maart 2024). TikTok lanceert Jeugdraad om samen te werken aan online veiligheid en welzijn jongeren. Geraadpleegd op 21 oktober 2024, van <https://newsroom.tiktok.com/nl-nl/tiktok-lanceert-jeugdraad>

We werkten samen met YouGov om te leren hoe Nederlandse ouders en tieners van 13-17 (in totaal 1.000) gesprekken over online veiligheid en -hulpmiddelen benaderen. Dit is het resultaat:



Welk percentage van families over de hele wereld gebruiken de hulpmiddelen voor ouders en verzorgers?



Figuur 7 Onderzoek van TikTok en You Gov over online veiligheid.¹⁴²

2.14 Hoe zorgt de digitale dienst voor een toegankelijke, diverse en inclusieve gebruikservaring?

De KIA-handleiding geeft aan dat deze vraag is geformuleerd aan de hand van de waarden 'diversiteit', 'gelijkheid' en 'inclusiviteit'. Inclusieve digitale ervaringen stellen kinderen met verschillende achtergronden en contexten in staat deel te nemen aan een digitale dienst met respect voor mensenrechten en ethische waarden. We starten onze analyse met inzichten vanuit experts en de wetenschap over social media in het algemeen. Vervolgens maken we dit specifiek voor TikTok.

Inzichten vanuit experts en de wetenschap

Binnen de omvang en tijdsspanne van dit onderzoek hebben we geen wetenschappelijke literatuur gevonden die precies ingaat op de relatie tussen socialmediagebruik van kinderen en de bijdrage aan de waarden 'diversiteit', 'gelijkheid' en 'inclusiviteit'. Zoals hierna beschreven, is er wel onderzoek gedaan naar dit onderwerp, maar de meeste onderzoeken zijn niet op kinderen gericht.

Social media ondersteunt bij het bouwen van communities. Omdat de wereld verschillende religies en overtuigingen kent, kunnen mensen van verschillende gemeenschappen met elkaar in contact komen om gerelateerde zaken te bespreken en te delen op social media.¹⁴³

Socialmediaplatforms hebben een onmiskenbare positieve invloed gehad op de toegankelijkheid van gezondheidsinformatie en -diensten. Ze hebben jongeren geholpen om in contact te blijven met vrienden en

¹⁴² TikTok. (25 maart 2024). *TikTok lanceert Jeugdraad om samen te werken aan online veiligheid en welzijn jongeren*. Geraadpleegd op 21 oktober 2024, van <https://newsroom.tiktok.com/nl-nl/tiktok-lanceert-jeugdraad>

¹⁴³ Rao, B. N., & Kalyani, V. (2022). *A study on positive and negative effects of social media on society*. Journal of Science & Technology, 7(10), 46-54. Geraadpleegd op 21 oktober 2024, van <https://jst.org.in/index.php/pub/article/view/883>

ondersteuningsnetwerken.¹⁴⁴ Dit kan bijdragen aan een gevoel van inclusie. In de gezondheidszorg kan het gebruik van social media een positieve bijdrage leveren aan de gezondheid van mensen gelinkt aan diversiteit, gelijkheid en inclusie.¹⁴⁵

Met de opkomst van social media hebben miljarden gebruikers zich op socialmediaplatforms verenigd.¹⁴⁶ Het vinden van gelijkgestemden is daardoor een stuk gemakkelijker geworden dan op het versnipperde internet van voor social media.¹⁴⁷ Social media biedt hierdoor de mogelijkheid om laagdrempelig in contact te komen met mensen uit een bepaalde community. Een voorbeeld hiervan is de lhbtqia+-community, die elkaar op social media treft en steun bij elkaar vindt.¹⁴⁸

Specifiek voor TikTok

TikTok heeft een gids voor inclusiviteit en saamhorigheid opgesteld. Hierin staat onder andere uitleg over de functies die toegankelijkheid en inclusiviteit van het platform voor bijvoorbeeld doven en slechthorenden vergroten. Ook staan er verwijzingen naar de community-richtlijnen voor het ondernemen van acties tegen haat en uitbuiting tegen onder andere de lhbtqia+-gemeenschap zoals hieronder beschreven. Zo kan je persoonlijke voornaamwoorden toevoegen aan je account om de lhbtqia+-community te ondersteunen.

TikTok biedt functies en technologieën om de toegankelijkheid voor doven en slechthorenden van de video's te vergroten. Voorbeelden van deze functies zijn de 'tekst-naar-spraakfunctionaliteit' of de automatisch gegenereerde ondertitels die gebruikers kunnen toevoegen aan hun video's. TikTok voegt ook lichtgevoeligheidswaarschuwingen toe aan content van gebruikers als de toegevoegde effecten visuele gevoeligheid kunnen veroorzaken.¹⁴⁹

Naast functionaliteiten dragen de eerdergenoemde partnerschappen die TikTok aangaat ook bij het creëren van een divers en inclusief platform. TikTok staat bekend als een plek waar de lhbtqia+-community elkaar makkelijk vindt en steun bij elkaar vindt.¹⁵⁰

TikTok geeft aan dat het bedrijf een gezicht geeft aan mensen met een beperking. Voorbeelden die worden genoemd is de hashtag #blindfluencer van de burgemeester van Leiderdorp die zelf vrijwel blind is. Ook werkte TikTok samen met Milkshake Festival en organiseerden zij panels waarin lhbtqia+-creators spraken over hun ervaringen als queers.¹⁵¹ De hashtag #ForYourPride kreeg wereldwijd meer dan 9 miljard views. Daarnaast was TikTok de officiële mediapartner van de European Para Championships 2023.¹⁵²

144 Amnesty International. (2023). *Driven into Darkness: How TikTok's 'For You' Feed Encourages Self-Harm and Suicidal Ideation*. Geraadpleegd op 19 november 2024, van <https://www.amnesty.org/en/documents/POL40/7350/2023/en/>

145 Jones, T., & Johnson, S. (2023). Chapter 6 - Social media, diversity, equity, and inclusion. In *Effective Use of Social Media in Public Health* (pp. 125-142).

146 Rathenau Instituut. (2023, oktober 17). *Werken aan inclusieve sociale media*. Geraadpleegd op 18 november 2024, van <https://www.rathenau.nl/nl/dossiers/werken-aan-inclusieve-sociale-media>

147 Rathenau Instituut. (2023, oktober 17). *Werken aan inclusieve sociale media*. Geraadpleegd op 18 november 2024, van <https://www.rathenau.nl/nl/dossiers/werken-aan-inclusieve-sociale-media>

148 Rathenau Instituut. (2023, oktober 17). *Werken aan inclusieve sociale media*. Geraadpleegd op 18 november 2024, van <https://www.rathenau.nl/nl/dossiers/werken-aan-inclusieve-sociale-media>

149 TikTok. (2024). Gids voor inclusiviteit en saamhorigheid. Geraadpleegd op 21 oktober 2024, van <https://www.tiktok.com/safety/nl-nl/inclusion-and-belonging-guide>

150 Rathenau Instituut. (2023, oktober 17). *Werken aan inclusieve sociale media*. Geraadpleegd op 18 november 2024, van <https://www.rathenau.nl/nl/dossiers/werken-aan-inclusieve-sociale-media>

151 TikTok. (2023, januari 24). TikTok telt meer dan 5 miljoen gebruikers in Nederland. TikTok Newsroom. <https://newsroom.tiktok.com/nl-nl/tiktok-telt-meer-dan-5-miljoen-gebruikers-in-nederland>

152 [TikTok wordt Officiële mediapartner van de European Para Championships 2023 | TikTok-perskamer](#)

3. Risico's

Digitale diensten kunnen voor kinderen gepaard gaan met risico's. De mogelijk negatieve impact van digitale diensten op de rechten en het welzijn van kinderen komen in de volgende vragen aan bod aan de hand van een online risicoclassificatie.

- *Ga bij de beantwoording van de risicovragen uit van de situatie voordat er maatregelen zijn getroffen.*
- *Bereken de risico-inschatting door de vermenigvuldiging van kans met impact. Bereken dit voor elk omschreven risico, zo zul je meerdere risico-inschattingen berekenen per risicoclassificatie.*
- *Meer toelichting bij de vragen over de diverse risico's vindt u in hoofdstuk 3 van de handleiding.*

3.1 Contentrisico's (risico's met betrekking tot de inhoud): Welke (mogelijke) risico's bestaan er voor kinderen om bij het gebruik van de digitale dienst (onverwacht en ongewild) te worden geconfronteerd met inhoud die mogelijk schadelijk voor hen is?

Inleiding

De KIA-handleiding stelt dat alle vragen in hoofdstuk 3 dezelfde structuur volgen: (1) beschrijving van het risico en (2) een risico-inschatting.

Bij het beschrijven van het risico hanteren wij de volgende opzet. Eerst beschrijven we het risico op socialmediaplatformen in het algemeen. Daarna specificeren we het risico voor TikTok. Binnen de reikwijdte van dit onderzoek kon niet de volledige breedte van contentrisico's worden meegenomen. We hebben per risicocategorie een aantal onderwerpen geselecteerd om mee te nemen in het assessment. Zie het hoofdstuk 'Selectie van onderwerpen voor de risicoanalyse' in de onderzoeksrapportage voor nadere onderbouwing van de keuze van de onderwerpen.

Onder het risico 'content' gaan wij in op twee onderwerpen: (1) **schadelijke content** en (2) **misinformatie, desinformatie en nepnieuws**. Hierbij zijn misinformatie, desinformatie en nepnieuws specifieke categorieën van schadelijke content.

Contentrisico's

In de KIA-handleiding worden contentrisico's beschreven als risico's met betrekking tot inhoud op de digitale platformen. Dit omvat situaties waarin kinderen worden blootgesteld aan potentieel schadelijke inhoud die beschikbaar is voor alle (internet)gebruikers en waar in het kind passief inhoud ontvangt. Deze inhoud kan illegaal, haatdragend en potentieel schadelijk zijn.

1. Schadelijke content op social media in het algemeen

Op social media is veel schadelijke content te vinden. Er zijn video's te vinden waarin (veel) gewelddadige content wordt getoond, zoals (oorlogs-)geweld, zelfdoding en dierenleed.¹⁵³ Op social media komen bijvoorbeeld zelfs video's van onthoofdingen voorbij, aldus wetenschapper Jon Stratton.¹⁵⁴ Volgens wetenschapper Constance Duncombe kunnen deze afbeeldingen met extreem geweld ongehinderd circuleren, omdat op social media minder gehandhaafd wordt op content zoals bij de traditionele nieuwsmedia.¹⁵⁵ NICAM stelt hierover – in het Kijkwijzeronderzoek voor Instagram en TikTok – dat dit een zeer zorgelijke en ongewenste ontwikkeling is, die bovendien kinderen schade berokkent.¹⁵⁶

¹⁵³ NICAM. (2023, juli). Kijkwijzer op TikTok en Instagram. Geraadpleegd op 21 oktober 2024, van <https://nicam.nl/files/NICAM-onderzoek-Kijkwijzer-op-TikTok-en-Instagram-juli-2023.pdf>

¹⁵⁴ Stratton, J. (2018). Death and the Spectacle in Television and Social Media. *Television & New Media*, 21(1), 3–24. <https://doi.org/10.1177/1527476418810547>

¹⁵⁵ Duncombe, C. (2020). Social media and the visibility of horrific violence. *International Affairs*, 96(3), 609–629. <https://doi.org/10.1093/ia/iaa055>

¹⁵⁶ NICAM. (2023, juli). Kijkwijzer op TikTok en Instagram. Geraadpleegd op 21 oktober 2024, van <https://nicam.nl/files/NICAM-onderzoek-Kijkwijzer-op-TikTok-en-Instagram-juli-2023.pdf>

Het NICAM heeft vanaf september 2022 een onderzoek uitgevoerd naar de meest passende classificatie en beoordelingswijze voor videosharingplatforms als TikTok en Instagram. Aanleiding daartoe was dat het aantal accounts dat audiovisuele media aanbiedt via streamingsdiensten en videoplatforms is geëxplodeerd. Het onderzoek concludeert onder andere dat de verantwoordelijkheid – of een kind al dan niet iets schadelijks ziet – bij de eindgebruiker (het kind en de ouders) wordt gelegd.¹⁵⁷ Daarnaast stellen de onderzoekers van NICAM dat de meeste schadelijke content niet op de grote accounts op TikTok en Instagram met veel volgers wordt geplaatst (>500.000 volgers), maar juist bij kleinere accounts op TikTok en Instagram, van eigenaren die (nog) niet onder wettelijk toezicht vallen.¹⁵⁸

Afgezien van angst en verschrikking bij eenmalige blootstelling aan schadelijke content, kan schadelijke content ook tot andere schadelijke effecten leiden. Bepaalde content kan bijvoorbeeld leiden tot negatieve sociale vergelijking, cyberpesten, normalisatie van zelfbeschadiging en zelfdoding.¹⁵⁹ Volgens het onderzoek van Kijkwijzer is herhaalde blootstelling aan schadelijke content een oorzaak voor schade aan de geestelijke gezondheid van jongeren en negatieve beïnvloeding van hun zelfbeeld. Dit kan zelfs leiden tot zelfbeschadiging of suïcidale gedachten.¹⁶⁰ Ten slotte kan content over anorexia nervosa leiden tot destructief gedrag. De risico's aangaande zelfbeschadiging, zelfdoding en anorexia nervosa naar aanleiding van content op socialmediaplatformen worden hieronder toegelicht.

Zelfbeschadiging en zelfdoding

Negatieve en schadelijke effecten van content op social media zijn zelfbeschadiging en zelfdoding.¹⁶¹ Wetenschapper Sebastian Scherr stelt dat het zien van zelfbeschadiging- en zelfdodinggerelateerde content een grotere impact heeft op kwetsbare doelgroepen. Het kan zowel potentieel schadelijke (bijvoorbeeld het maken van zelfdodingplannen) als beschermende effecten (bijvoorbeeld het zoeken van hulp) vergroten.¹⁶² In aanraking komen met content over zelfbeschadiging of zelfdoding kan zelfs besmettelijk zijn, dit is het zogeheten Werther-effect.^{163, 164}

Anorexia nervosa

Ook is er relatief eenvoudig veel pro-ana-content (gerelateerd aan anorexia) te vinden op social media. Met betrekking tot anorexia nervosa wordt dit tweeledigheid ervaren. Er zijn zowel negatieve als positieve gevolgen.¹⁶⁵ Er zijn positieve communities die veiligheid en erkenning bieden aan jongeren met een eetstoornis. Echter heeft deze content ook een keerzijde. Op zoek naar erkenning wordt in sommige communities destructief gedrag aangewakkerd, zoals een competitie om de meest ernstige eetstoornis te hebben, of worden er tips en tricks uitgewisseld om nog zieker te worden, zo blijkt uit een onderzoek van het LUMC.¹⁶⁶ Deze content zit vaak verscholen achter filmpjes met hashtags als #What I eat in a day. Hier laten de makers zien wat ze hebben gegeten om af te vallen, of aan te sterken. Ook filmpjes met hashtags als #anxiety, #trauma en #mentalhealth of #depression kunnen kwetsbare jongeren triggeren.¹⁶⁷ In het onderzoek van Harkhoe et al. werd het verbindende effect van social media genoemd. Als aanvulling op hun sociale netwerk, vonden de deelnemers aan het onderzoek meer begrip bij gelijkgestemden op social media. Tegelijkertijd – afhankelijk

157 NICAM. (2023, juli). Kijkwijzer op TikTok en Instagram. Geraadpleegd op 21 oktober 2024, van <https://nicam.nl/files/NICAM-onderzoek-Kijkwijzer-op-TikTok-en-Instagram-juli-2023.pdf> p. 8

158 NICAM. (2023, juli). Kijkwijzer op TikTok en Instagram. Geraadpleegd op 21 oktober 2024, van <https://nicam.nl/files/NICAM-onderzoek-Kijkwijzer-op-TikTok-en-Instagram-juli-2023.pdf> p. 11

159 Abi-Jaoude, E., Treurnicht Naylor, K., & Pignatiello, A. (2020, februari 10). Smartphones, social media use and youth mental health. *CMAJ*, pp. 135-141. doi:doi: 10.1503/cmaj.190434

160 NICAM. (2023, juli). Kijkwijzer op TikTok en Instagram. Geraadpleegd op 21 oktober 2024, van <https://nicam.nl/files/NICAM-onderzoek-Kijkwijzer-op-TikTok-en-Instagram-juli-2023.pdf> p. 9

161 Scherr, S. (2022). Social media, self-harm, and suicide. *Current Opinion in Psychology*, 46, 101311. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101311>

162 Scherr, S. (2022). Social media, self-harm, and suicide. *Current Opinion in Psychology*, 46, 101311. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101311>, p. 3.

163 Calvo, S., Carrasco, J. P., Conde-Pumpido, C., Esteve, J., & Aguilar, E. J. (2024, may 27). Does suicide contagion (Werther effect) take place in response to social media? A systematic review. *Spanish Journal of Psychiatry and Mental Health*, p. 11. doi:<https://doi.org/10.1016/j.sjpmh.2024.05.003>

164 Pardo, J. (2019, september 26). Online media en zelfbeschadiging. *Bureau Jeugd & Media*. <https://www.bureaujeugdenmedia.nl/online-jeugdcultuur/online-media-en-zelfbeschadiging/>

165 Harkhoe, M. A., Offringa, T. M., Vermeiren, R. R. J. M., & Nootboom, L. A. (2024). De impact van sociale media op anorexia nervosa. *Nederlands Tijdschrift voor Geneeskunde*, 168, D8110.

166 Harkhoe, M., Offringa, T., & Nootboom, L. (2024, mei 24). De impact van sociale media op anorexia nervosa. *De Leidse Psychiater*. <https://deleidsepsychiater.nl/deleidsepsychiater.nl/2024/05/24/de-impact-van-sociale-media-op-anorexia-nervosa/>

167 De Groene Amsterdammer. (2024, mei 24). De overheid moet TikTok tot de orde roepen. *De Groene Amsterdammer*. <https://www.groene.nl/artikel/de-overheid-moet-tiktok-tot-de-orde-roepen>

van de motivatie tot herstel – kunnen de uitlokkende posts het competitieve aspect van de eetstoornis aanwakkeren.¹⁶⁸

Zoals hiervoor kort is beschreven, veroorzaakt schadelijke content schade op verschillende manieren, zoals het beïnvloeden van het gedrag en de gezondheid van kinderen. Sommige van deze risico's worden uitgebreider beschreven bij de desbetreffende risicocategorieën. Daarnaast wordt herhaalde blootstelling beïnvloed door trends en het algoritme van de sociale platformen. Bij de geavanceerde technologierisico's in onderdeel 3.5 gaan we nader in op de werking van algoritmes.

Schadelijke content op TikTok

Op TikTok kunnen gebruikers schadelijke content tegenkomen op alle feeds: For You, Following, LIVE en de Friends Feed. Gebruikers kunnen ook schadelijke content delen op hun eigen profiel. Afhankelijk van de instellingen is deze content openbaar te zien of alleen voor de volgers van het account. Bij een privé-account is deze content alleen zichtbaar voor volgers. Uit onderzoek blijkt dat één op de vijf tieners weleens nare of heftige filmpjes op TikTok ziet. Het gaat dan bijvoorbeeld om geweld tegen dieren, extreem geweld zoals massaexecuties, beelden van zelfverminking en eetstoornissen.¹⁶⁹

Uit onderzoek van Amnesty International blijkt dat de For You Feed van TikTok kinderen en jongeren die interesse tonen in geestelijke gezondheid gemakkelijk kan meeslepen in 'rabbit holes' van mogelijk schadelijke inhoud, waaronder video's die depressieve gedachten, zelfbeschadiging en zelfdoding romantiseren en aanmoedigen.¹⁷⁰ Voorbeelden van video's die Amnesty tegenkwam met een tieneraccount voor het onderzoek op de For You Feed zijn kinderen en jongeren die huilen, alleen in het donker zijn, tekst die depressieve gedachten uitdrukt of gezichtsloze stemmen die hun lijden, zelfbeschadiging en zelfdodinggedachten beschrijven.¹⁷¹ Deze content wordt aan kinderen geïntroduceerd door het *recommender system* waarmee ze in een 'rabbit hole' belanden. In november 2024 hebben zeven Franse families TikTok aangeklaagd vanwege schadelijke content op de app. Twee tieners zouden zelfdoding hebben gepleegd en andere kinderen zouden zichzelf hebben beschadigd of een eetstoornis hebben ontwikkeld na het zien van video's op TikTok. In 2023 klaagden ouders TikTok ook al aan vanwege de invloed die de app zou hebben gehad op het plegen van zelfdoding door hun dochter.¹⁷² De huidige status van deze rechtszaken is voor ons als onderzoekers onbekend. De rechtszaken van de zeven families zijn verzameld onder het collectief: *Algos Victima*.¹⁷³ Het is onduidelijk voor ons of de zaak tot wijzigingen in het ontwerp van TikTok heeft geleid.

In een onderzoek van Ekō wordt beschreven welke hashtags worden ingezet voor zelfdodingcontent: #wubba lubba dub dub, #ihatemyself, #sewerslid, #sh en #realrx. Het onderzoek toonde aan dat slechts tien minuten op TikTok, met een laag niveau van interactie met zelfdodinggerelateerde inhoud, het algoritme van TikTok effectief triggert om jonge gebruikers te richten op inhoud die expliciet zelfdoding promoot, evenals inhoud die depressie en zelfbeschadiging aanmoedigt.¹⁷⁴ Het onderzoek richtte zich ook op incel-content.¹⁷⁵ Daaruit blijkt ook dat het algoritme van TikTok vrouwenhaat content aanbiedt met boodschappen als 'vrouwen zijn slecht' en 'moderne vrouwen zijn lafaards'. Deze filmpjes zijn vindbaar onder andere onder de hashtags #sigmamale, #alphamale, #modernwomen, #redpil of #bluepil. Mannen die vrouwenhaat promoten, zoals Andrew Tate and Elliot Rodger, worden op het platform opgehemeld. Deze content heeft grote negatieve invloed op jongens en leidt tot het uiten van intimidatie, seksistische opmerken en zelfs seksueel misbruik tegen vrouwelijke leraren en studenten.¹⁷⁶

168 Harkhoe, M. A., Offringa, T. M., Vermeiren, R. R. J. M., & Nootboom, L. A. (2024). De impact van sociale media op anorexia nervosa. *Nederlands Tijdschrift voor Geneeskunde*, 168, D8110.

169 Liefwaard, T., & Kruip, J. (2024). Kinderrechten, ook in de digitale wereld. In S. van der Hof & R. Pijpers (Eds.), *Essaybundel kinderrechten in de digitale wereld* (pp. 107-120). UNICEF Nederland. <https://hdl.handle.net/1887/3721554>

170 Amnesty International. (2023, november 7). *Driven into Darkness: How TikTok's 'For You' Feed Encourages Self-Harm and Suicidal Ideation*. <https://www.amnesty.org/en/documents/POL40/7350/2023/en/>

171 Amnesty International. (2023, november 7). *Driven into Darkness: How TikTok's 'For You' Feed Encourages Self-Harm and Suicidal Ideation* (p. 6). <https://www.amnesty.org/en/documents/POL40/7350/2023/en/>

172 NOS. (2024, november 4). Families klagen TikTok aan om problemen bij hun kinderen. NOS. <https://nos.nl/artikel/2543268-families-klagen-tiktok-aan-om-problemen-bij-hun-kinderen>

173 <https://www.boutron-marmion.com/algos-victima/> geraadpleegd op 26-03-2025

174 eko. (2023, maart). *Suicide, Incels, and Drugs: How TikTok's deadly algorithm harms kids* (Revision 3). https://s3.amazonaws.com/s3.sumofus.org/images/eko_TikTok-Report_FINAL.pdf

175 A person (usually a man) who regards himself or herself as being involuntarily celibate and typically expresses extreme resentment and hostility toward those who are sexually active. *Incel Definition & Meaning - Merriam-Webster*

176 Sparrow, B. (2024, juli 4). Teenage boys are being 'bombarded' with misogynist content online. It's making its way into the classroom. ABC News. <https://www.abc.net.au/news/2024-07-04/bec-sparrow-teen-misogyny-and-andrew-tate-manosphere-influencers/104029346>

In het onderzoek van NICAM wordt gesteld dat TikTok een variëteit aan mogelijke content bevat. De heftigere inhoud valt binnen de categorieën ‘geweld’ en ‘angst’. Daarnaast wordt ook risicovol gedrag getoond, zoals gevaarlijke challenges of overmatig alcoholgebruik. NICAM (2024) geeft aan dat TikTok verschillende filters toepast bij het zoeken waardoor zoektermen geblokkeerd kunnen worden. Heftige content is daardoor minder goed vindbaar. Dit betekent echter niet dat kinderen de schadelijke content op het platform niet kunnen zien. De heftigste en meest schadelijke beelden zijn vaak afkomstig van kleine creators die door het plaatsen van dit soort inhoud viraal gaan. De schadelijke content is veelal niet van Nederlandse (of Europese) kanalen afkomstig.¹⁷⁷

In het DDV Transparantie Rapport wordt weergegeven hoeveel content wordt verwijderd vanwege het schenden van het beleid. In de maanden januari 2024 tot en met juni 2024 werden er meer dan 22 miljoen video's verwijderd vanwege het schenden van de community richtlijnen.¹⁷⁸ Het is onduidelijk hoeveel schadelijke content er door contentmoderatie heen komt voordat het wordt verwijderd.

Type of policy	Detection method	
	Total content removed	Content removed automatically
Community Guidelines	22,195,846	12,272,080
Youth Safety & Well-Being	4,929,602	1,861,355
Safety & Civility	3,465,944	1,403,629
Mental & Behavioral Health	5,458,050	3,440,272
Sensitive & Mature Themes	9,053,372	5,997,090
Regulated Goods & Commercial Activities	6,873,609	4,644,124
Privacy & Security	431,418	258,503
Integrity & Authenticity	1,189,582	833,611
Advertising Policies	449,277	200,444
Ad Format	4,000	2,422
Adult & Sexual content	13,717	4,930
IP infringement	7,605	2,511
Misleading & False Content	65,295	21,774
Politics & Religion & Culture	4,288	1,733
Prohibited & Restricted Content	119,967	52,139
Prohibited & Restricted Industry	232,277	113,038
Violence & Horror & Dangerous activity	2,128	1,897

Figuur 8 Overzicht verwijderde content uit het DDV Transparantie Rapport TikTok.¹⁷⁹

2. Misinformatie, desinformatie en nepnieuws op social media in het algemeen

Volgens de Rijksoverheid is desinformatie onware, inaccurate of misleidende informatie die met opzet wordt gemaakt en verspreid om geld te verdienen of om een persoon, sociale groep, organisatie of land te schaden.¹⁸⁰ De Nationaal Coördinator Terrorismebestrijding en Veiligheid geeft aan dat desinformatie niet altijd bestaat uit onjuiste informatie. Regelmatig is het juist een combinatie van feiten en verzonnen informatie, of een uit de context getrokken gebeurtenis.¹⁸¹

¹⁷⁷ NICAM. (2023, juli). Onderzoek toepassing Kijkwijzer voor social mediaplatforms Instagram en TikTok (p. 14).

<https://nicam.nl/files/NICAM-onderzoek-Kijkwijzer-op-TikTok-en-Instagram-juli-2023.pdf>

¹⁷⁸ TikTok. (2024). DSA Transparency Report: January 2024 - June 2024. <https://www.tiktok.com/transparency/en/dsa-transparency/>

¹⁷⁹ TikTok. (2024). DSA Transparency Report: January 2024 - June 2024. <https://www.tiktok.com/transparency/en/dsa-transparency/>

¹⁸⁰ Rijksoverheid. (z.d.). Desinformatie, misinformatie en nepnieuws. Rijksoverheid.

<https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/desinformatie-nepnieuws>

¹⁸¹ Howard, P. N., Neudert, L.-M., Prakash, N., & Vosloo, S. (2021). Digital misinformation / disinformation and children. UNICEF Office of Global Insight and Policy and Oxford University. P. 9.

Desinformatie

Desinformatie is erop gericht om mensen te misleiden of schade aan te brengen.¹⁸² Is dit niet de gedachte die achter de informatie zit, dan wordt er gesproken over misinformatie.¹⁸³ Mis- en desinformatie zijn niet altijd een zwart-witconcept, maar kunnen voor individuele interpretatie vatbaar zijn.¹⁸⁴

Nepnieuws

Nepnieuws is een vorm van desinformatie.¹⁸⁵ Van Dale definieert nepnieuws als nieuws dat niet op waarheid berust, vaak bewust verspreid om de publieke opinie te beïnvloeden.¹⁸⁶ Nepnieuws (of *fake news*) is desinformatie verhuuld als echt nieuws, verspreid via websites, social media en traditionele media.¹⁸⁷

De rol van social media

Social media is tegenwoordig een krachtige bron voor de verspreiding van nepnieuws.¹⁸⁸ Social media zorgt ervoor dat informatie makkelijker in realtime verspreid wordt.¹⁸⁹ Daarnaast zorgt de populariteit van social media ervoor dat de snelheid en omvang vergroot wordt, waarmee valse informatie kan worden verspreid.¹⁹⁰

Ook kinderen kunnen het doelwit en object zijn van mis- en desinformatie, maar ook ze kunnen ook zelf verspreiders, makers of tegenstanders hiervan zijn.¹⁹¹ In de Nationale SDG Rapportage benoemd de Nationale Jeugdraad (NJR) dat ruim 43% van de jongeren via social media nieuws tot zich neemt.¹⁹² UNICEF verwijst in een rapportage naar een onderzoek naar de toename van blootstelling aan mis- en desinformatie; 76% van de 14- tot 24-jarigen gaf aan minstens één keer per week online mis- en desinformatie te zien.¹⁹³ Dit is een stijging van 50% ten opzichte van de voorgaande twee jaar.¹⁹⁴

Kinderen hebben niet altijd de cognitieve en emotionele capaciteit om onderscheid te maken tussen betrouwbare en onbetrouwbare informatie.¹⁹⁵ Hierdoor kunnen ze niet alleen zelf schade ondervinden van misinformatie of desinformatie, maar kunnen ze deze ook doorgeven aan andere gebruikers.¹⁹⁶

Panteia, vhp en Bureau Jeugd & Media¹⁹⁷ geven in hun onderzoek in deze context specifieke aandacht aan kidfluencers (minderjarige influencers). Zoals gesteld, kunnen influencers informatie verspreiden en adviezen geven die niet wetenschappelijk bewezen zijn, onjuist zijn of in sommige gevallen zelfs schadelijk zijn. Dit geldt voor alle influencers, ongeacht hun leeftijd, maar is voor kidfluencers een groter risico doordat hun volgers vaak ook kinderen zijn. Kinderen en tieners zijn vaak niet bezig met de betrouwbaarheid van de informatie die

182 Nationaal Coördinator Terrorismebestrijding en Veiligheid (NCTV). (z.d.).

Desinformatie. NCTV. <https://www.nctv.nl/onderwerpen/desinformatie>

183 Nationaal Coördinator Terrorismebestrijding en Veiligheid (NCTV). (z.d.).

Desinformatie. NCTV. <https://www.nctv.nl/onderwerpen/desinformatie>

184 Howard, P. N., Neudert, L.-M., Prakash, N., & Vosloo, S. (2021). *Digital misinformation / disinformation and children*. UNICEF Office of Global Insight and Policy and Oxford University. P. 9.

185 LexisNexis. (z.d.). Nepnieuws herkennen. LexisNexis. <https://www.lexisnexis.com/nl-nl/kennisbank/nepnieuws>, geraadpleegd op 14 oktober 2024.

186 Van Dale. (z.d.). Gratis woordenboek. Van Dale. <https://www.vandale.nl/opzoeken>, Geraadpleegd op 14 oktober 2024.

187 LexisNexis. (z.d.). Nepnieuws herkennen. LexisNexis. <https://www.lexisnexis.com/nl-nl/kennisbank/nepnieuws>, geraadpleegd op 14 oktober 2024.

188 Aïmeur, E., Amri, S., & Brassard, G. (2023, februari 9). Fake news, disinformation and misinformation in social media: *Social Network Analysis and Mining*, pp. 13-30, geraadpleegd op 14 oktober 2024.

189 Sharma, K., Qian, F., Jiang, H., Ruchansky, N., Zhang, M., & Liu, Y. (2018, augustus). Combatting Fake News: A Survey on Identification and. *ACM Trans. Intell. Syst. Technol.* 37, 4, Article 111, geraadpleegd op 14 oktober 2024.

190 Sharma, K., Qian, F., Jiang, H., Ruchansky, N., Zhang, M., & Liu, Y. (2018, augustus). Combatting Fake News: A Survey on Identification and. *ACM Trans. Intell. Syst. Technol.* 37, 4, Article 111, geraadpleegd op 14 oktober 2024.

191 Howard, P. N., Neudert, L.-M., Prakash, N., & Vosloo, S. (2021). *Digital misinformation / disinformation and children*. UNICEF Office of Global Insight and Policy and Oxford University. geraadpleegd op 14 oktober 2024.

192 Nationale Jeugdraad. (2023). *Nationale SDG Rapportage - Nederland op weg naar brede welvaart*. Den Haag: Rijksoverheid. Opgeroepen op oktober 11, 2024.

193 Howard, P. N., Neudert, L.-M., Prakash, N., & Vosloo, S. (2021). *Digital misinformation / disinformation and children*. UNICEF Office of Global Insight and Policy and Oxford University. P. 13 geraadpleegd op 14 oktober 2024.

194 Howard, P. N., Neudert, L.-M., Prakash, N., & Vosloo, S. (2021). *Digital misinformation / disinformation and children*. UNICEF Office of Global Insight and Policy and Oxford University. P. 13 geraadpleegd op 14 oktober 2024.

195 Howard, P. N., Neudert, L.-M., Prakash, N., & Vosloo, S. (2021). *Digital misinformation / disinformation and children*. UNICEF Office of Global Insight and Policy and Oxford University. P. 13 geraadpleegd op 14 oktober 2024.

196 Howard, P. N., Neudert, L.-M., Prakash, N., & Vosloo, S. (2021). *Digital misinformation / disinformation and children*. UNICEF Office of Global Insight and Policy and Oxford University. P. 13 geraadpleegd op 14 oktober 2024.

197 Panteia. (2024). *Kidfluencers en gezinsvlogs: de grens tussen hobby en werk*. <https://panteia.nl/actueel/nieuws/kidfluencers-en-gezinsvlogs-de-grens-tussen-hobby-en-werk/>

ze tegenkomen op social media en handelen regelmatig op basis van nep-informatie, zelfs wanneer ze twijfels hebben over de informatiebron.¹⁹⁸

UNICEF geeft in een rapportage in 2021 aan dat er onvoldoende gegevens beschikbaar zijn voor onderzoekers en beleidsmakers om een duidelijk en uitgebreid beeld te krijgen van hoe vatbaar kinderen zijn voor mis- en desinformatie en hoe het hun ontwikkeling, welzijn en rechten beïnvloedt.¹⁹⁹

Misinformatie, desinformatie en nepnieuws kunnen op verschillende manieren schade veroorzaken. We noemen enkele voorbeelden. In het eerste voorbeeld haalt de NJR een onderzoek van Pointer en Beeld & Geluid aan in de Nationale SDG Rapportage. Hieruit is gebleken dat 5% van de video's op TikTok over klimaat gaat en dat van die 5%, 30% misinformatie bevatte.²⁰⁰ Een ander voorbeeld is dat desinformatie over vaccineren en de rol van social media in de groeiende hoeveelheid desinformatie uitgebreid werd besproken in het debat over de dalende vaccinatiegraad.²⁰¹

Misinformatie, desinformatie en nepnieuws op TikTok

In deze paragraaf gaan we in op de features van TikTok die mogelijk kunnen bijdragen aan het verspreiden van misinformatie, desinformatie en nepnieuws. Op TikTok kunnen minderjarigen in principe op alle feeds met misinformatie, desinformatie en nepnieuws in aanraking komen. Hier zien gebruikers foto's, video's, comments, berichten etc. Door deze features kunnen gebruikers content vinden die misinformatie, desinformatie en nepnieuws bevat.

Zoals hiervoor aangegeven is gebleken dat 5% van de video's op TikTok over klimaat gaat en dat van die 5%, 30% misinformatie bevatte.²⁰² De afkomst van de video's is divers. Deze zijn bijvoorbeeld afkomstig van de alt-rightbeweging, die klimaatverandering ontkent. Een ander voorbeeld betreft progressieven die de gevolgen van klimaatverandering te sterk neerzetten of verkeerde argumenten gebruiken om hun betoog te onderbouwen. Ook worden er complottheorieën gedeeld. TikTok heeft na dit onderzoek aangegeven maatregelen te nemen. Experts delen de zorgen over hoe het recommender system ervoor zorgt dat, als een gebruiker een keer een video met nepinformatie heeft gezien, er daarna meer volgen.²⁰³ Het recommender system betreft de geavanceerde technologie cross-cutting risk. Dit risico wordt bij het risico geavanceerde technologie verder uitgewerkt.

Naast een onderzoek over misinformatie over klimaatverandering heeft Pointer ook onderzoek gedaan naar misinformatie over hormonale anticonceptie op TikTok. 13% van de TikTok-video's over dit onderwerp bevat misinformatie. Deze video's werden in totaal 1,35 miljoen keer bekeken. In deze video's worden claims gedaan over hormonale anticonceptie die bewezen onjuist zijn of waarvan de juistheid onvoldoende bewezen is. In de helft van deze video's worden door influencers ook producten verkocht of genoemd. Dit zijn producten als cursussen of supplementen.²⁰⁴

Risico-inschatting: oordeel van de onderzoekers

Zojuist hebben we een beschrijving van het risico gepresenteerd. Op basis hiervan vraagt de KIA-handleiding een risico-inschatting te geven. Bij de risico-inschatting moeten zowel de kans als de impact van het risico geëvalueerd worden. Bij de kans beschrijven we hoe waarschijnlijk het is dat het risico zich voordoet. Bij de impact beschrijven we de ernst van de gevolgen als het risico zich voordoet.

Daarnaast stelt de KIA-handleiding dat de risicoclassificatie moet worden gebaseerd op het brutorisico dat kinderen lopen, zonder rekening te houden met risicobeperkende maatregelen. Bij de risico-inschatting gaan

198 Panteia. (2024). *Kidfluencers en gezinsvlogs: de grens tussen hobby en werk*.

<https://panteia.nl/actueel/nieuws/kidfluencers-en-gezinsvlogs-de-grens-tussen-hobby-en-werk/>

199 Howard, P. N., Neudert, L.-M., Prakash, N., & Vosloo, S. (2021). *Digital misinformation / disinformation and children*.

UNICEF Office of Global Insight and Policy and Oxford University. P. 13, geraadpleegd op 14 oktober 2024.

200 Nationale Jeugdraad. (2023). *Nationale SDG Rapportage - Nederland op weg naar brede welvaart*.

Den Haag: Rijksoverheid. Opgeroepen op oktober 11, 2024.

201 TK 61-3 Debat dalende vaccinatiegraad 4 april 2024

202 Nationale Jeugdraad. (2023). *Nationale SDG Rapportage - Nederland op weg naar brede welvaart*.

Den Haag: Rijksoverheid. Opgeroepen op oktober 11, 2024.

203 Pointer. (2023, oktober 27). Tieners komen regelmatig video's met misinformatie over het klimaat tegen op TikTok. KRO-NCRV.

<https://pointer.kro-ncrv.nl/tieners-regelmatig-misinformatie-over-klimaat-tiktok>, geraadpleegd op 14 oktober 2024

204 Pointer. (2024, februari 15). Pointer Checkt: Tientallen makers verspreiden op TikTok misinformatie over hormonale anticonceptie. KRO-NCRV. <https://pointer.kro-ncrv.nl/pointer-checkt-tientallen-makers-verspreiden-op-tiktok-misinformatie-over-hormonale-anticonceptie>, geraadpleegd op 14 oktober 2024

wij dus uit van het risico dat kinderen lopen wanneer ze TikTok gebruiken, zonder dat er risicobeperkende maatregelen zijn genomen. Huidige maatregelen die reeds door TikTok getroffen zijn, nemen we in onze analyse daardoor niet mee. In de eerder beschreven risicoparagraaf hebben wij de risico's en de gevolgen hiervan beschreven. Dit betreft het brutorisico.

Deze risico-inschatting is gebaseerd op de (wetenschappelijke) literatuur die wij binnen de reikwijdte van dit onderzoek hebben gevonden. Bovendien is niet alle benodigde informatie beschikbaar, aangezien over sommige onderwerpen onderzoek over het specifieke platform ontbreekt en er alleen onderzoek naar social media in het algemeen is gedaan. Daarom dient deze risico-inschatting te worden gelezen met inachtneming van dit voorbehoud.

Kans

Zoals hierboven beschreven blijkt uit onderzoek dat één op de vijf tieners met schadelijke content in aanraking komt. Het risico 'content' toont aan dat er schadelijke content beschikbaar en toegankelijk is op TikTok voor kinderen. Dit zijn de beelden over zelfdoding en zelfbeschadiging, maar ook content over vrouwenhaat wordt veel verspreid op TikTok met alle schadelijke gevolgen van dien. Ook is er regelmatig sprake van misinformatie, desinformatie en nepnieuws op TikTok. Tegelijkertijd kunnen wij als onderzoekers op basis van de door ons geraadpleegde bronnen niet beoordelen hoe groot de kans is dat kinderen in aanraking komen met schadelijke content, misinformatie, desinformatie en nepnieuws op TikTok. Om die reden kunnen wij geen taxatie maken van de kans.

Impact

Contentrisico's kunnen ernstige schadelijke gevolgen hebben voor het welzijn van kinderen. Het zien van schadelijke content, zoals oorlogsbeelden of dierenmishandeling, kan leiden tot gevoelens van angst, onveiligheid, schuld en schaamte. Content over zelfdoding of zelfbeschadiging kan kinderen triggeren om zelf ook dit gedrag te vertonen. Incelcontent kan jongens aanzetten tot het plegen van seksueel misbruik. Misinformatie, desinformatie en nepnieuws kunnen leiden tot schadelijke gevolgen voor iemands gezondheid door foutieve adviezen op te volgen.

Als deze contentrisico's zich voordoen, zijn er duidelijke indicaties te vinden in de onderzochte literatuur dat de gevolgen van het brutorisico (zonder rekening te houden met risicobeperkende maatregelen) groot kunnen zijn. Echter, vanwege het gebrek aan voldoende informatie over de kans dat een risico zich voordoet, hebben we besloten om de inschaling van de impact in de categorieën laag, midden of hoog achterwege te laten. Op deze manier voorkomen we dat er een vertekend beeld ontstaat over de totale beoordeling van de risico-inschatting.

Conclusie

Zoals gesteld, vraagt het KIA om een risico-inschatting te geven. Doordat we geen beoordeling hebben kunnen maken van de kans, kunnen we geen eindoordeel geven over de risico-inschatting.

Kans	Impact	Risico-inschatting
------	--------	--------------------

3.2 Gedragrisico's (conduct risks): Welke (mogelijke) risico's kunnen er ontstaan voor derden door gedragingen van kinderen bij het gebruik van de digitale dienst?

Inleiding

De KIA-handleiding stelt dat alle vragen in hoofdstuk 3 dezelfde structuur volgen: (1) beschrijving van het risico en (2) een risico-inschatting.

Bij het beschrijven van het risico hanteren wij de volgende opzet. Eerst beschrijven we het risico op socialmediaplatformen in het algemeen. Daarna specificeren we het risico voor TikTok. Binnen de reikwijdte van dit onderzoek kon niet de volledige breedte van gedragrisico's worden meegenomen. We hebben per risicocategorie een aantal onderwerpen geselecteerd om mee te nemen in het assessment. Zie het hoofdstuk 'Selectie van onderwerpen voor de risicoanalyse' in de onderzoeksrapportage voor nadere onderbouwing van de keuze van de onderwerpen.

Onder het risico ‘gedrag’ gaan wij in op twee onderwerpen: **(1) kidfluencers (minderjarige influencers) en (2) challenges.**

Gedagsrisico's

In de KIA-handleiding is beschreven dat gedragsrisico's situaties omvatten waarin kinderen gedrag vertonen dat risico's met zich meebrengt voor henzelf of anderen, en waarvoor aandacht nodig is bij de ontwikkeling van digitale diensten om kinderen te beschermen.

1. Kidfluencers (minderjarige influencers) op social media in het algemeen

Kinderen worden op verschillende manieren getarget met reclame via social media. Dit gebeurt onder meer via zogeheten kidfluencers, waarbij kinderen of tieners zelf reclame maken door middel van aanbevelingen, betaald door bedrijven. In recent onderzoek van Panteia, vhp en Bureau Jeugd & Media (2024)²⁰⁵ in opdracht van het ministerie van SZW, wordt aandacht besteed aan kidfluencers, gezinsvloggers en mom- en dadfluencers met als doel jonge content creators in het licht van kinderarbeid te bekijken. Ook gaat het onderzoek uitgebreid in op mogelijke negatieve effecten van kidfluencing. Dit onderzoek richt zich op Instagram, TikTok en YouTube. Kidfluencers kunnen op verschillende manieren negatieve effecten ervaren. De eerste drie negatieve effecten hebben effect op de mentale gezondheid van het kind:²⁰⁶

Ten eerste kunnen kinderen de druk voelen om te blijven posten. Er moet telkens nieuwe content gemaakt worden om relevant te blijven. Ook het aantal likes en comments kan invloed hebben op de mentale gezondheid. Als iemand te weinig likes en comments krijgt, kan de angst bestaan om in de ‘vergetelheid’ te raken. De druk om te posten kan ook ervaren worden als de inkomsten van het gezin afhangen van de online content van een kind. Het gevoel om te moeten blijven posten kan ook negatieve effecten hebben op het schoolwerk en andere activiteiten als kinderen constant bezig zijn met het socialmedia-account.

Ten tweede kan de druk van de roem leiden tot negatieve effecten. Herkenning op straat leidt tot angsten en het gevoel dat anderen constant op het kind in kwestie letten en het gevoel dat het kind altijd ‘leuk’ moet zijn.

Ten derde is er sprake van een effect op de identiteit en het zelfbeeld van de kidfluencer. Kinderen die influencer kunnen zich volledig verliezen in de digitale identiteit die ze voor zichzelf ontwikkelen. Ze koppelen hun eigenwaarde vervolgens aan het influenceren. Kinderen gaan zich gedragen zoals ze verwachten dat anderen willen dat ze zich gedragen.²⁰⁷

Daarnaast worden er nog negatieve gevolgen ondervonden op de thema's ‘privacy en veiligheid’ en ‘financiën’. Kinderen zijn zich vaak onvoldoende bewust van de privacyrisico's en de mogelijke gevolgen van het delen van persoonlijke informatie. Wanneer ouders content posten heeft het kind weinig controle over het beeldmateriaal dat gedeeld wordt. Dit kan leiden tot overexposure waarbij kwaadwillenden toegang kunnen krijgen tot de dagelijkse routines van een kind. Qua financiën kunnen kinderen doelwit worden van onheuse zakelijke praktijken zoals frauduleuze partnerschappen of onredelijke eisen van adverteerders.²⁰⁸

Kidfluencers op TikTok

Het is bekend dat kidfluencers op TikTok actief zijn. Echter was het in het bestek van dit onderzoek niet mogelijk precieze aantallen te achterhalen. Het onderzoek van Panteia, vhp en Bureau Jeugd & Media (2024)²⁰⁹ geeft aan dat het niet mogelijk is om het exacte aantal actieve kidfluencers en/of kinderen als onderdeel van content van hun ouders in beeld te brengen. Het onderzoek beoordeelt dat het om minimaal enkele honderden of enkele duizenden kinderen gaat die als kidfluencer actief zijn op social media. Onderzoek van RTL Nieuws uit 2020 geeft aan dat er 200 commerciële kinder-TikTok-accounts in Nederland zijn.²¹⁰ Echter heeft een

²⁰⁵ Panteia. (2024). *Kidfluencers, gezinsvloggers en mom- en dadfluencers*. Zoetermeer:

Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid. Opgeroepen op oktober 11, 2024

²⁰⁶ Panteia. (2024). *Kidfluencers, gezinsvloggers en mom- en dadfluencers*. Zoetermeer:

Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid. Opgeroepen op oktober 11, 2024

²⁰⁷ Panteia. (2024). *Kidfluencers, gezinsvloggers en mom- en dadfluencers*. Zoetermeer:

Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid. Opgeroepen op oktober 11, 2024

²⁰⁸ Panteia. (2024). *Kidfluencers, gezinsvloggers en mom- en dadfluencers*. Zoetermeer:

Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid. Opgeroepen op oktober 11, 2024

²⁰⁹ Panteia. (2024). *Kidfluencers, gezinsvloggers en mom- en dadfluencers*. Zoetermeer:

Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid. Opgeroepen op oktober 11, 2024

²¹⁰ RTL Nieuws. (2020, oktober 28). Enorme stijging minderjarige influencers in Nederland: ‘Gevaar voor ontwikkeling kind’. *RTL Nieuws*.

<https://www.rtl.nl/nieuws/nederland/artikel/5190q84/kinder-influencers-minderjarigen-inspectie-szw-schadelijk-manager>

Geraadpleegd op 22 oktober 2024.

onderzoek vanuit het programma Handhaving en Gedrag (2023) deze resultaten niet kunnen verifiëren. De onderzoekers raden dan ook aan om meer onderzoek te doen.²¹¹ De onderzoekers concluderen dat het lastig is om kidfluencers te vinden, omdat velen niet op de hoogte zijn van hun wettelijke verplichtingen, zoals de registratie bij het Commissariaat voor de Media (CvdM).

Vooral micro-influencers zijn moeilijk te identificeren.²¹² Door gebrekkige leeftijdsverificatie (zie geavanceerde technologie-risico's), is het lastig te achterhalen hoeveel kidfluencers op TikTok actief zijn.²¹³

Zoals aangegeven in hoofdstuk 2 biedt TikTok tieneraccounts voor verschillende leeftijdscategorieën aan. Wanneer kinderen toegang hebben tot een volwassenaccount kunnen zij gebruikmaken van de monetization features. Met een tieneraccount hebben zij geen toegang tot de monetization features van TikTok, zoals livestreamen. Het is dan niet mogelijk om geld te verdienen met de content die ze maken en ze kunnen geen geld verdienen aan hun eigen volgers. Echter is het wel mogelijk om influencer te zijn door bijvoorbeeld bepaalde producten, (mis)informatie, of denkwijzen te delen, wat andere gebruikers over willen nemen vanwege de populariteit van het account. Kidfluencers lopen risico's op het platform, zoals grote druk voelen om relevant te blijven. Ook kan het hun schoolwerk en vriendschappen beïnvloeden.²¹⁴

Gebruikers van TikTok kunnen kidfluencers tegenkomen op hun verschillende feeds, zoals de For You Feed, Following Feed, LIVE Feed, Friends Feed en eventueel de STEM Feed, en kunnen beïnvloed worden door de gedragingen van kidfluencers.

2. Challenges op social media in het algemeen

Op socialmediaplatformen moedigen gebruikers elkaar aan om mee te doen aan challenges (online uitdagingen). Er zijn veel onschuldige en vaak positieve uitdagingen in omloop, maar ook diverse uitdagingen die tot schade of zelfs sterfgevallen kunnen leiden.²¹⁵ Voorbeelden hiervan zijn de *choking challenge*, de *cinnamon challenge* en de *nutmeg challenge*. Bij de cinnamon challenge neemt men binnen zestig seconden een zeer grote hap kaneel zonder iets te drinken. Dit kan leiden tot het inademen van kaneel, wat een ernstige longontsteking kan veroorzaken. De inname van grote hoeveelheden nootmuskaat (nutmeg challenge) kan ernstige hallucinaties en andere gezondheidsproblemen veroorzaken. Pain challenges kunnen tot zelfbeschadiging leiden. De *skull-breaker challenge* is een opdracht waarbij drie mensen op een rij de lucht in springen. De buitenste springers schoppen de voeten van de (geblinddoekte) middelste springer onder hem uit, waardoor de springer hard naar achter kan vallen op het achterhoofd, met alle gevolgen van dien.²¹⁶ Kinderen hebben een groot verlangen om 'erbij' te horen. Dit omvat ook het ondernemen van risicovolle activiteiten waarbij het cruciaal is om moed en *boldness* te laten zien, zoals online challenges.²¹⁷ Volgens Astorri et al²¹⁸ gaat het hierbij vaak om *self-harm* in ruil voor publiek en acceptatie. Kinderen zijn extreem vatbaar voor beïnvloeding en social media. Groepsdruk en het belang van bij de groep horen zijn volgens de onderzoekers de belangrijkste redenen om deel te nemen aan de online challenges, onafhankelijk van het gevaar dat deze challenges al dan niet met zich meebrengen. Het brein van kinderen ontwikkelt zich nog volop, zoals in het 'remmende controlenetwerk' van de hersenen. Hierdoor zijn kinderen minder goed in staat om impulsen te weerstaan of zichzelf ervan te weerhouden om gedrag te uiten dat wellicht tot voordelen leidt op korte termijn, zoals likes, maar tot negatieve gevolgen kan leiden op de langere termijn.²¹⁹

211 Handhaving en Gedrag. (2024, januari). Child and family influencers: Rapport (p. 42). <https://www.handhavingengedrag.nl/wp-content/uploads/2024/01/Child-en-family-influencers-rapport.pdf>

212 Handhaving en Gedrag. (2024, januari). Child and family influencers: Rapport (p. 52). <https://www.handhavingengedrag.nl/wp-content/uploads/2024/01/Child-en-family-influencers-rapport.pdf>

213 Utrecht University. (2024, januari 25). Child and family influencers on social media in the Netherlands: an exploratory research. Utrecht University. <https://www.uu.nl/en/news/child-and-family-influencers-on-social-media-in-the-netherlands-an-exploratory-research>

214 Panteia. (2024). Kidfluencers, gezinsvloggers en mom- en dadfluencers. Zoetermeer: Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid. Opgeroepen op oktober 11, 2024

215 de Volkskrant. (2017, juni 15). Nu ook in Nederland dode (16) bij extreme online 'challenge', ouders waarschuwen. de Volkskrant. Geraadpleegd op 22 oktober 2024, van <https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/nu-ook-in-nederland-dode-16-bij-extreme-online-challenge-ouders-waarschuwen-bf2267bb/>

216 BBC News. (2020, maart 4). TikTok skull-breaker challenge danger warning. BBC News. Geraadpleegd op 22 oktober 2024, van <https://www.bbc.com/news/technology-51742854>

217 Astorri E, Clerici G, Gallo G, Raina P, Pellai A. Online extreme challenges putting children at risk: what we know to date. Minerva Pediatr (Torino). 2023 Feb;75(1):98-109. doi: 10.23736/S2724-5276.22.06892-6. Epub 2022 Aug 1. PMID: 35912791.

218 Astorri E, Clerici G, Gallo G, Raina P, Pellai A. Online extreme challenges putting children at risk: what we know to date. Minerva Pediatr (Torino). 2023 Feb;75(1):98-109. doi: 10.23736/S2724-5276.22.06892-6. Epub 2022 Aug 1. PMID: 35912791.

219 American Psychological Association. (2024, april). Potential risks of content, features, and functions: The science of how social media affects youth. Geraadpleegd op 22 oktober 2024 van <https://www.apa.org/topics/social-media-internet/psychological-science-behind-youth-social-media.pdf>

Challenges op TikTok

Video's met challenges met gevaarlijk gedrag zijn beschikbaar op TikTok door de aard van het platform met korte video's. Gebruikers kunnen de challenges te zien krijgen op de For You Feed en de Following Feed. Ze kunnen ook zelf video's maken van challenges die zij uitvoeren om deze vervolgens op TikTok te plaatsen.

TikTok blokkeert een deel van de zoektermen, zodat er niet op specifieke challenges gezocht kan worden, zoals de choking challenge. We benoemen deze challenge hier wel omdat dit niet betekent dat kinderen deze content niet kunnen zien op het platform: ze kunnen er enkel niet op zoeken. Andere challenges die ook gevaarlijke uitwerkingen kunnen hebben, zoals de cinnamon challenge, zijn nog wel vindbaar. In de video's over de challenges is vaak geen expliciete oproep tot deelname. Video's over challenges die gevaarlijk gedrag vertonen hebben vaak een neutrale of zelfs een positieve toon ten aanzien van het gedrag dat wordt weergegeven.²²⁰ Ze leiden tot kopieergedrag bij kinderen. Er wordt geen waarschuwing gegeven.

Er is onderzoek gedaan naar deelname aan TikTok-challenges door adolescenten en tieners in het zuiden van India. Deelnemers van het onderzoek gaven aan dat ze hadden willen weten over de schadelijke kant van de challenge (zoals de pijn die door een uitdaging werd veroorzaakt). Dit had mogelijk tot effect gehad dat ze niet hadden deelgenomen of de challenge aangepast zouden hebben om de challenge minder schadelijk te laten zijn.²²¹ Van de 25 deelnemers gaf 72% aan dat ze toekomstige gebruikers adviseren om voorzichtig te zijn bij het uitvoeren van de challenges en dat ze zichzelf of iemand anders geen pijn mochten doen. Het ging om verschillende soorten challenges: fire, Kiki, chilli eating, bike stunt, cinnamon en andere challenges op TikTok. Het lijkt erop dat de deelnemers zich niet bewust waren van de kortetermijn- en langetermijnrisico's van de uitdagingen, of deze over het hoofd zagen.²²² Het verlangen om geaccepteerd te worden door anderen, vooral door leeftijdsgenoten, werd door de deelnemers vaak genoemd als een belangrijke motivatie om deel te nemen aan uitdagingen.²²³ Dit komt overeen met eerder uitgevoerd onderzoek, waar in werd geconcludeerd dat het creëren en delen van video's, jezelf presenteren aan anderen en het verdienen van 'likes' of vergelijkbare activiteiten allemaal sterke motivatoren voor het gebruik van de app waren.²²⁴

Risico-inschatting: oordeel van de onderzoekers

Zojuist hebben we een beschrijving van het risico gepresenteerd. Op basis hier van vraagt de KIA-handleiding een risico-inschatting te geven. Bij de risico-inschatting moeten zowel de kans als de impact van het risico geëvalueerd worden. Bij de kans beschrijven we hoe waarschijnlijk het is dat het risico zich voordoet. Bij de impact beschrijven we de ernst van de gevolgen als het risico zich voordoet.

Daarnaast stelt de KIA-handleiding dat de risicoclassificatie moet worden gebaseerd op het brutorisico dat kinderen lopen, zonder rekening te houden met risicobeperkende maatregelen. Bij de risico-inschatting gaan wij dus uit van het risico dat kinderen lopen wanneer ze TikTok gebruiken, zonder dat er risicobeperkende maatregelen zijn genomen. Huidige maatregelen die reeds door TikTok getroffen zijn, nemen we in onze analyse daardoor niet mee. In bovenstaande risicoparagraaf hebben wij de risico's en de gevolgen hiervan beschreven. Dit betreft het brutorisico.

Deze risico-inschatting is gebaseerd op de (wetenschappelijke) literatuur die wij binnen de reikwijdte van dit onderzoek hebben gevonden. Bovendien is niet alle benodigde informatie beschikbaar, aangezien over sommige onderwerpen onderzoek over het specifieke platform ontbreekt en er alleen onderzoek naar social media in het algemeen is gedaan. Daarom dient deze risico-inschatting te worden gelezen met inachtneming van dit voorbehoud.

220 NICAM. (2023, juli). Onderzoek toepassing Kijkwijzer voor social mediaplatforms Instagram en TikTok. Geraadpleegd op 22 oktober 2024, van <https://nicam.nl/files/NICAM-onderzoek-Kijkwijzer-op-TikTok-en-Instagram-juli-2023.pdf>

221 Roth, R., Ajithkumar, P., Natarajan, G., Achuthan, K., Moon, P., Zinzow, H., & Chalil Madathil, K. (2022). A study of adolescents' and young adults' TikTok challenge participation in South India. *Human Factors in Healthcare*, 1(2), p.6. <https://doi.org/10.1016/j.hfh.2022.100005>

222 Roth, R., Ajithkumar, P., Natarajan, G., Achuthan, K., Moon, P., Zinzow, H., & Chalil Madathil, K. (2022). A study of adolescents' and young adults' TikTok challenge participation in South India. *Human Factors in Healthcare*, 1(2), p.6. <https://doi.org/10.1016/j.hfh.2022.100005>

223 Roth, R., Ajithkumar, P., Natarajan, G., Achuthan, K., Moon, P., Zinzow, H., & Chalil Madathil, K. (2022). A study of adolescents' and young adults' TikTok challenge participation in South India. *Human Factors in Healthcare*, 1(2), p.5. <https://doi.org/10.1016/j.hfh.2022.100005>

224 Roth, R., Ajithkumar, P., Natarajan, G., Achuthan, K., Moon, P., Zinzow, H., & Chalil Madathil, K. (2022). A study of adolescents' and young adults' TikTok challenge participation in South India. *Human Factors in Healthcare*, 1(2), p.5. <https://doi.org/10.1016/j.hfh.2022.100005>

Kans

De kans dat kinderen in aanraking komen met schadelijke challenges op TikTok is aannemelijk. Er worden constant nieuwe challenges bedacht die te vinden zijn op TikTok. De hoeveelheid kidfluencers is niet goed te verifiëren vanwege de ondoorzichtige berichtgeving hierover. Het is echter bekend dat er kidfluencers actief zijn op TikTok. Tegelijkertijd kunnen wij als onderzoekers op basis van de door ons geraadpleegde bronnen niet beoordelen hoe groot de kans is dat kinderen in aanraking komen met challenges en kidfluencers op TikTok. Om die reden kunnen wij geen taxatie maken van de kans.

Impact

Zoals hiervoor beschreven kunnen er zeer gevaarlijke challenges de ronde doen op TikTok waardoor kinderen zelfs komen te overlijden. Kinderen zijn niet in staat om voorafgaand de risico's van een challenge in te schatten. Voor het risico 'kidfluencers' is ook bekend dat het schadelijke effecten kan hebben op de gezondheid van kinderen, zoals constante sociale druk. Ook kan hun schoolwerk eronder lijden.

Als deze gedragsrisico's zich voordoen, zijn er duidelijke indicaties te vinden in de onderzochte literatuur dat de gevolgen van het brutorisico (zonder rekening te houden met risicobeperkende maatregelen) groot kunnen zijn. Echter, vanwege het gebrek aan voldoende informatie over de kans dat een risico zich voordoet, hebben we besloten om de inschaling van de impact in de categorieën laag, midden of hoog achterwege te laten. Op deze manier voorkomen we dat er een vertekend beeld ontstaat over de totale beoordeling van de risico-inschatting.

Conclusie

Zoals gesteld, vraagt het KIA om een risico-inschatting te geven. Doordat we geen beoordeling hebben kunnen maken van de kans, kunnen we geen eindoordeel geven over de risico-inschatting.

Kans	Impact	Risico-inschatting
------	--------	--------------------

3.3 *Contactrisico's (contact risks): Welke (potentiële) risico's zijn er in het ontwerp en gebruik van de digitale dienst voor kinderen in hun interactie met derden?*

Inleiding

De KIA-handleiding stelt dat alle vragen in hoofdstuk 3 dezelfde structuur volgen: (1) beschrijving van het risico en (2) een risico-inschatting.

Bij het beschrijven van het risico hanteren wij de volgende opzet. Eerst beschrijven we het risico op socialmediaplatformen in het algemeen. Daarna specificeren we het risico voor TikTok. Binnen de reikwijdte van dit onderzoek kon niet de volledige breedte van contactrisico's worden meegenomen. We hebben per risicocategorie een aantal onderwerpen geselecteerd om mee te nemen in het assessment. Zie het hoofdstuk 'Selectie van onderwerpen voor de risicoanalyse' in de onderzoeksrapportage voor nadere onderbouwing van de keuze van de onderwerpen.

Onder het risico 'contact' gaan wij in op twee onderwerpen: **(1) cyberpesten en (2) seksuele uitbuiting.**

Contactrisico's

In de handleiding van het KIA is omschreven wat er onder contactrisico's wordt verstaan. Contactrisico's omvatten situaties waar in kinderen risico lopen tijdens hun interactie met anderen. Dit kan interactie zijn met andere minderjarige gebruikers maar ook met meerderjarige gebruikers.

1. Cyberpesten op social media in het algemeen

In deze paragraaf gaan we in op wat cyberpesten is. Cyberpesten is een vorm van pesten die via elektronische middelen plaatsvindt. Dit kan via e-mail, online games, chatberichten en via socialmediaplatformen zoals Instagram, TikTok en Snapchat.

Pesten is het uiten van agressief gedrag jegens een ander. Bij pesten staan er drie kenmerken centraal:

1) de intentie om de ander te kwetsen, 2) herhaling van het kwetsen en 3) een machtsverschil tussen de dader

en het slachtoffer.²²⁵ Giumetti & Kowalski²²⁶ benoemen dat naast de dader en het slachtoffer er vaak ook sprake is van de aanwezigheid van bijstanders. De drie kenmerken bestaan voor cyberpesten uit de volgende zaken:

- **Kenmerk 1:** elektronische middelen kunnen gebruikt worden voor verschillende vormen van pesten met de intentie om iemand te kwetsen: uitsluiten, beledigen, voor de gek houden of vormen van intimidatie of bedreigen.²²⁷
- **Kenmerk 2:** het kenmerk ‘herhaling’ uit zich bij cyberpesten in de omvang van het bereik dat de content heeft, of de tijd dat een boodschap of afbeelding online beschikbaar blijft.²²⁸
- **Kenmerk 3:** bij cyberpesten zit het kenmerk ‘machtsverschil’ zich in het verschil in de sociale status, technische knowhow en relatieve anonimiteit (van Tuijl & Spithoven, 2024).²²⁹ Cyberpesten wordt ook gekoppeld aan populariteit op social media. Zo kan een dader het cyberpesten ook gebruiken om zelf een bepaalde sociale status te behalen.²³⁰

Naast de drie kenmerken zijn er nog twee aspecten die cyberpesten versterken volgens Van Tuijl en Spithoven.²³¹ Dit zijn ‘anonimiteit’ en ‘publiciteit’. Publiciteit verwijst naar het grote bereik van social media. Content van een ander is bovendien moeilijk te verwijderen. Dit wordt onderstreept door Giumetti & Kowalski.²³² De dader heeft online toegang tot een groter publiek en de content kan breed verspreid worden. Cyberpesten kan elk uur van de dag plaatsvinden. Het tweede aspect, ‘anonimiteit’, verwijst naar het feit dat daders online lastig te traceren zijn.²³³

De functies van socialmediaplatformen vergemakkelijken cyberpesten, omdat ze zorgen voor makkelijke toegang tot het slachtoffer via de profielen. Ook kan een dader posts wijzigen of verwijderen en zo het cyberpesten ontkennen. Inhoudsfilters zijn niet altijd effectief, omdat schadelijke inhoud er soms toch doorheen komt en kinderen manieren vinden om beperkingen te omzeilen. Bijvoorbeeld, woorden zoals ‘kill’ worden vaak gefilterd, waardoor alternatieve termen zoals ‘unaliven’ populair worden.²³⁴

Gedrag van betrokkenen en de invloed van cyberpesten

Individuele karaktertrekken kunnen bijdragen aan het cyberpesten. Daders vertonen vaak sadistische trekken of hebben zelf een laag zelfvertrouwen of ervaren depressieve symptomen. Ook trauma uit de kindertijd kan bijdragen aan het deelnemen aan cyberpesten. Slachtoffer zijn van cyberpesten op social media kan leiden tot verhoogde niveaus van psychologische angst en fysieke klachten, verhoogde depressieve klachten en ongerustheid, zelfdodingideeën, en zelfs zelfdodingpogingen.²³⁵

225 Spithoven, R., & van Tuijl, C. (Red.). (2024). *Cyberpesten: Theorie over en onderzoek naar de onbegrensde, digitale leefwereld van kinderen en adolescenten in Nederland*. Boom Uitgevers Den Haag. Geraadpleegd op 12 november 2024, van <http://ebookcentral.proquest.com/lib/leidenuniv/detail.action?docID=31190537>

226 Giumetti, G. W., & Kowalski, R. M. (2022, February 19). Cyberbullying via social media and well-being. *Current Opinion in Psychology*, p. 8. Opgeroepen op juli 26, 2024, van <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101314>

227 Nederlands Jeugdinstituut. (z.d.). Online pesten: wat is het? Geraadpleegd op 12 november 2024, van <https://www.nji.nl/pesten/online-pesten-wat-is-het>

228 Spithoven, R., & van Tuijl, C. (Red.). (2024). *Cyberpesten: Theorie over en onderzoek naar de onbegrensde, digitale leefwereld van kinderen en adolescenten in Nederland*. Boom Uitgevers Den Haag. Geraadpleegd op 12 november 2024, van <http://ebookcentral.proquest.com/lib/leidenuniv/detail.action?docID=31190537>

229 Spithoven, R., & van Tuijl, C. (Red.). (2024). *Cyberpesten: Theorie over en onderzoek naar de onbegrensde, digitale leefwereld van kinderen en adolescenten in Nederland*. Boom Uitgevers Den Haag. Geraadpleegd op 12 november 2024, van <http://ebookcentral.proquest.com/lib/leidenuniv/detail.action?docID=31190537>

230 Giumetti, G. W., & Kowalski, R. M. (2022, February 19). Cyberbullying via social media and well-being. *Current Opinion in Psychology*, p. 8. Opgeroepen op juli 26, 2024, van <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101314>

231 Spithoven, R., & van Tuijl, C. (Red.). (2024). *Cyberpesten: Theorie over en onderzoek naar de onbegrensde, digitale leefwereld van kinderen en adolescenten in Nederland*. Boom Uitgevers Den Haag. Geraadpleegd op 12 november 2024, van <http://ebookcentral.proquest.com/lib/leidenuniv/detail.action?docID=31190537>

232 Giumetti, G. W., & Kowalski, R. M. (2022, February 19). Cyberbullying via social media and well-being. *Current Opinion in Psychology*, p. 8. Opgeroepen op juli 26, 2024, van <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101314>

233 Spithoven, R., & van Tuijl, C. (Red.). (2024). *Cyberpesten: Theorie over en onderzoek naar de onbegrensde, digitale leefwereld van kinderen en adolescenten in Nederland*. Boom Uitgevers Den Haag. Geraadpleegd op 12 november 2024, van <http://ebookcentral.proquest.com/lib/leidenuniv/detail.action?docID=31190537>

234 Rensen, F. (2024, 28 juni). Hoe goed werkt ouderlijk toezicht op sociale media? De Volkskrant.nl. Geraadpleegd op 10 januari 2025, van <https://www.volkskrant.nl>

[Hoe goed werkt ouderlijk toezicht op sociale media?](#)

235 Giumetti, G. W., & Kowalski, R. M. (2022, February 19). Cyberbullying via social media and well-being. *Current Opinion in Psychology*, p. 3. Opgeroepen op juli 26, 2024, van <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101314>

De kans dat de dader en het slachtoffer ook betrokken zijn bij offline pesten is groot.²³⁶ Volgens de Gezondheidsmonitor Jeugd 2023 (mei 2024) is 9,1% van de jongeren in de afgelopen drie maanden gepest via internet of social media. Ondervraagde jongeren zaten op de middelbare school in de tweede klas of vierde klas.²³⁷

De lhbtqia+-community is vaak slachtoffer van online pesten, onder andere door heteroseksuele daders.²³⁸ Intolerantie en haatreacties richting lhbtqia+-personen is sinds 2020 verdubbeld op Telegram, Twitter en Instagram. TikTok staat bekend als een plek waar de lhbtqia+-community elkaar makkelijk vindt en steun bij elkaar vindt. Dit kan volgens het Rathenau Instituut zowel positief als negatief uitpakken. Content die breed publiekelijk toegankelijk is kan worden misbruikt om mee te pesten.²³⁹

Cyberpesten op TikTok

Zoals hierboven beschreven vindt cyberpesten plaats door het verspreiden van schadelijke online communicatie of valse informatie over een ander. De functies van een socialmediaplatform kunnen cyberpesten vergemakkelijken. In deze paragraaf gaan we in op de features van TikTok die mogelijk kunnen bijdragen aan het vergemakkelijken van cyberpesten. Cyberpesten kan in principe plaatsvinden op elk platform waar communicatie met derden door middel van likes, comments en directe berichten alsook het delen van content mogelijk is. Dit geldt dus ook voor TikTok. Op een persoonlijk profiel op TikTok wordt content geplaatst door iemand zelf. Dit heet publieke zelfonthulling. Een dader van cyberpesten heeft de mogelijkheid om op de foto's en video's, die door een slachtoffer zijn geplaatst, reacties te plaatsen die het karakter hebben van cyberpesten.

Een dader kan een anoniem account aanmaken, speciaal gericht op het posten van indiscrete of negatieve content over één of meerdere slachtoffers. Een voorbeeld hiervan zijn de 'gossip girl'-accounts waarbij anonieme roddelberichten worden gepost. Deze accounts zijn vaak gekoppeld aan scholen zodat leerlingen van die school het account kunnen volgen. Deze manier van cyberpesten heeft regelmatig plaatsgevonden op TikTok.^{240, 241} Een 'trend' die wordt misbruikt voor cyberpesten is de 'raad de leerling'-trend waarbij foto's die te herleiden zijn naar een specifieke leerling worden begeleid door kwalijke teksten zoals: '2C F....lelijk'.²⁴² Op TikTok komt cyberpesten ook voor bij kinderen tussen de 9 en 12 jaar oud.²⁴³

2. Seksuele uitbuiting op social media in het algemeen

In deze paragraaf lichten we toe wat seksuele uitbuiting is en hoe dit thema terugkomt op socialmediaplatformen in het algemeen. Socialmediaplatformen kunnen worden ingezet door kwaadwillenden om toegang tot minderjarigen te krijgen met als uiteindelijke doel het plegen van een seksueel misdrijf. Onder 'seksueel misdrijf' vallen onder andere sexchatting (online seksueel benaderen van kinderen), kindermisbruik met een fysieke seksuele handeling, grooming (digitaal kinderlokken) en kinderporno. Seksuele intimidatie (ook online) is strafbaar en wordt behandeld als overtreding.²⁴⁴

Socialmediaplatformen worden op meerdere manieren gebruikt om seksueel contact uit te oefenen. Seksueel contact kan consensueel zijn, waarbij adolescenten seksuele foto's en berichten van zichzelf delen

²³⁶ Giumetti, G. W., & Kowalski, R. M. (2022, February 19). Cyberbullying via social media and well-being. *Current Opinion in Psychology*, p. 3. Opgeroepen op juli 26, 2024, van <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101314>

²³⁷ Volksgezondheid en Zorg. (z.d.). Sociale omgeving: Regionaal pesten. Geraadpleegd op 22 oktober 2024, van <https://www.vzinfo.nl/sociale-omgeving/regionaal/pesten#meer-informatie-jeugd>

²³⁸ Giumetti, G. W., & Kowalski, R. M. (2022, February 19). Cyberbullying via social media and well-being. *Current Opinion in Psychology*, Opgeroepen op juli 26, 2024, van

²³⁹ Rathenau Instituut. (2023, oktober 17). Werken aan inclusieve sociale media. Opgehaald van rathenau: <https://www.rathenau.nl/nl/dossiers/werken-aan-inclusieve-sociale-media>

²⁴⁰ Kramer, M. (2023, september 27). Nieuwe manier van pesten leerlingen en leraren, scholen waarschuwen voor deze TikTok-trend. Omroep West. Geraadpleegd op 18 november 2024, van <https://www.omroepwest.nl/nieuws/4761492/nieuwe-manier-van-pesting-leerlingen-en-leraren-scholen-waarschuwen-voor-deze-tiktok-trend>

²⁴¹ EenVandaag. (2023, september 22). Scholen maken zich zorgen over pestgedrag via TikTok, zoals in Gossip Girl: 'Ze willen actie ondernemen'. Geraadpleegd op 18 november 2024, van <https://eenvandaag.avrotros.nl/item/scholen-maken-zich-zorgen-over-pestgedrag-via-tiktok-zoals-in-gossip-girl-ze-willen-actie-ondernemen/>

²⁴² Jens Vancaeneghem, Het nieuwsblad.be (28-11-2024) [Nieuw Tiktok-fenomeen ontaardt in pesterijen en leidde al tot melding bij parket: "We proberen het te bestrijden, maar het is moeilijk" | Het Nieuwsblad](#), geraadpleegd op 5 december 2024

²⁴³ Patchin, Hinduja (2020) [CN_Stop_Bullying_Cyber_Bullying_Report_9.30.20.pdf \(cartoonnetwork.com\)](#), geraadpleegd op 18 november 2024

²⁴⁴ [Wet Seksuele Misdriften](#)

met bijvoorbeeld iemand met wie ze verkering hebben.²⁴⁵ Het consensueel delen kan volgens onderzoekers leiden tot het zonder toestemming verder verspreiden van seksueel expliciete beelden. Het gebruik van socialmediaplatformen levert daardoor ook nieuwe vormen van seksueel slachtofferschap op, bijvoorbeeld image-based sexual abuse (IBSA) (Pedersen, Bakken, Stefansen, & Von Soest, 2022, p. 399). IBSA wordt onderverdeeld in twee vormen. De eerste is 'sexting-dwang', vaak gedefinieerd als het onder druk zetten van iemand om deel te nemen aan ongewenste interactie via seksueel expliciete teksten, afbeeldingen of video's. Hier wordt niet gedreigd met het verspreiden van beelden.²⁴⁶

De tweede vorm gaat over de verspreiding van seksueel expliciete foto's of video's van een andere persoon aan derden zonder de toestemming van deze persoon. Het verspreiden van seksueel expliciete foto's aan derden gebeurt vaak in de volgende contexten: relationele wraak (misbruik van beelden van een partner of ex), sextortion (dreigen met het verspreiden van beelden om voordelen te verkrijgen) en seksexploitatie (met als doel geldelijke voordelen te behalen).²⁴⁷ Uit onderzoek van Childlight (2024) is gebleken dat één op de acht kinderen wereldwijd slachtoffer wordt van het 'zonder toestemming maken, delen of vertonen van seksueel expliciet materiaal'.²⁴⁸ De Europese Unie meldt dat dit om minstens één op de vijf kinderen gaat. Kinderen met een beperking lopen een nog groter risico. Dit leidt vaak tot langdurige psychologische schade.^{249, 250}

Het onderzoek van Pedersen et al. (2022)²⁵¹ geeft aan dat meisjes vaker slachtoffer worden van image-based sexual abuse. Hierover zijn ook talloze meldingen gedaan bij de hulplijn Helpwanted. Helpwanted kan door mensen worden gebeld of bereikt worden via chat als er (online) ongewenst of illegaal materiaal van hen wordt verspreid en kan en hulp aanbieden hoe hiermee om te gaan. Helpwanted is onderdeel van Offlimits, het expertisecentrum voor online misbruik.²⁵² Uit onderzoek van Helpwanted blijkt dat jongens vaker worden afgeperst met naaktfoto's dan meisjes. Meisjes ontvangen juist vaker dickpics (dit gebeurt bij één op de vijf meisjes boven de twaalf jaar).²⁵³ Sextortion komt steeds vaker voor. Kinderen worden dan afgeperst door de dreiging van het verspreiden van naaktfoto's of seksvideo's.^{254, 255}

Grooming op social media in het algemeen

Grooming is een digitale vorm van kinderlokken. Het heet 'grooming' als een volwassene iemand die jonger dan 16 jaar is online actief benadert en verleidt. De groomer kan een onbekende zijn, een online vriend of iemand die het kind ook in de offline wereld kent. Het doel is seksueel getint contact en misbruik plegen. De seksuele handeling kan ook online plaatsvinden via een webcam. Zogenaamde groomers proberen het vertrouwen van de kinderen te winnen door zich voor te doen als iemand van dezelfde leeftijd of met dezelfde interesses. Groomers isoleren kinderen van vrienden en ouders en overtuigen het kind ervan de relatie geheim te houden.²⁵⁶

245 Pedersen, W., Bakken, A., Stefansen, K., & Von Soest, T. (2022, January 20). Sexual Victimization in the Digital Age: A Population-Based Study of Physical and Image-Based Sexual Abuse Among Adolescents. *Archives of Sexual Behavior*, pp. 399-410. Opgeroepen op oktober 14, 2024

246 Pedersen, W., Bakken, A., Stefansen, K., & Von Soest, T. (2022, January 20). Sexual Victimization in the Digital Age: A Population-Based Study of Physical and Image-Based Sexual Abuse Among Adolescents. *Archives of Sexual Behavior*, pp. 399-410. Opgeroepen op oktober 14, 2024

247 Pedersen, W., Bakken, A., Stefansen, K., & Von Soest, T. (2022, January 20). Sexual Victimization in the Digital Age: A Population-Based Study of Physical and Image-Based Sexual Abuse Among Adolescents. *Archives of Sexual Behavior*, pp. 399-410. Opgeroepen op oktober 14, 2024

248 Defence for Children. (2024, juni 20). 300 miljoen kinderen wereldwijd slachtoffer van online seksueel misbruik in 2023. Geraadpleegd op 22 oktober 2024 van <https://www.defenceforchildren.nl/actueel/nieuws/seksuele-uitbuiting/2024/300-miljoen-kinderen-wereldwijd-slachtoffer-van-online-seksueel-misbruik-in-2023/>

249 Council of the European Union. (2022, mei 13). Proposal for a regulation of the European Parliament and of the Council laying down rules to prevent and combat child sexual abuse. Geraadpleegd op 22 oktober 2024, van <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-9068-2022-INIT/nl/pdf>

250 Council of the European Union. (z.d.). Prevent child sexual abuse online. Geraadpleegd op 22 oktober 2024, van <https://www.consilium.europa.eu/nl/policies/prevent-child-sexual-abuse-online/>

251 Pedersen, W., Bakken, A., Stefansen, K., & Von Soest, T. (2022, January 20). Sexual Victimization in the Digital Age: A Population-Based Study of Physical and Image-Based Sexual Abuse Among Adolescents. *Archives of Sexual Behavior*, pp. 399-410. Opgeroepen op oktober 14, 2024

252 Helpwanted.nl. (z.d.). Geraadpleegd op 22 oktober 2024, van <https://www.helpwanted.nl/>

253 Helpwanted.nl. (z.d.). Onderzoek. Geraadpleegd op 22 oktober 2024, van <https://www.helpwanted.nl/onderzoek>

254 Defence for Children. (2024, juni 20). 300 miljoen kinderen wereldwijd slachtoffer van online seksueel misbruik in 2023. Geraadpleegd op 22 oktober 2024

255 Nederlands Jeugdinstituut. (2021, mei). Hoe was jouw dag op internet?. Geraadpleegd op 22 oktober 2024, van <https://www.nji.nl/sites/default/files/2021-05/Hoe-was-jouw-dag-op-internet.pdf>

256 Helpwanted.nl. (z.d.). Online benaderd voor seks. Geraadpleegd op 22 oktober 2024, van <https://www.helpwanted.nl/Helpwanted|Online-benaderd-voor-seks>

Uit onderzoek van het Nederlands Forensisch Instituut blijkt dat kinderen die slachtoffer worden van seksueel misbruik het contact met de dader steeds vaker via social media leggen. In 2021 bleek dat in meer dan een kwart van de onderzochte zedenzaken het eerste contact via apps als Snapchat werd gelegd. De slachtoffers waren tieners tussen de 11 en 15 jaar.^{257, 258} Snapchat werd in twee derde van de gevallen ingezet door de dader. De National Society for the Prevention of Cruelty to Children UK toont aan dat Snapchat in 2024 het meest gebruikte platform is voor online grooming op basis van politiecijfers uit het Verenigd Koninkrijk over online grooming-zaken.²⁵⁹ Ook apps zoals Instagram worden gebruikt.²⁶⁰

Seksuele uitbuiting op TikTok

Zoals beschreven kan seksuele uitbuiting op socialmediaplatformen plaatsvinden door middel van onder andere sexchatting (online seksueel benaderen van kinderen), grooming (digitaal kinderlokken waarbij kindermisbruik het gevolg kan zijn) en kinderporno. Op TikTok kan dit plaatsvinden via het een-op-een contact tussen dader en slachtoffer, maar ook door het publiceren van seksuele beelden van minderjarigen. In 42% of de gevallen waarbij child sextortion gerapporteerd wordt, vindt de communicatie tussen de dader en het kind plaats op meerdere platformen.²⁶¹

In het onderzoek van Schirmer, et al. (2024) wordt aangegeven dat TikTok consequent wordt bekritiseerd omdat het de seksuele uitbuiting van kinderen en adolescenten mogelijk zou maken.²⁶² Kinderen en adolescenten ontvangen seksueel expliciete opmerkingen en verzoeken, zoals diverse interviews met minderjarigen als onderzoeken naar TikTok-video's hebben aangetoond. Opmerkingen richten zich vaak op het fysieke uiterlijk van kinderen en strekken zich soms uit tot ongepaste interacties, zoals uitnodigingen om af te spreken. Deze verzoeken zijn op zichzelf geen seksuele uitbuiting maar kunnen hier wel toe leiden als een kind erop ingaat en het bericht van iemand komt die seksuele uitbuiting tot doel heeft.²⁶³

De onderzoekers Schirmer et al. onderzoeken child exposure op TikTok-accounts met kinderen jonger dan 13 jaar die beheerd worden door volwassenen, meestal hun ouders. Child exposure is het plaatsen van content met kinderen.²⁶⁴ De onderzoekers concluderen dat bijna 20% van de 5.896 unieke video's die zijn geanalyseerd van 115 TikTok-accounts minstens één kind in onthullende kleding tonen.²⁶⁵ Onderzoek toont ook aan dat er kindermisbruikmateriaal wordt gedeeld op privé-TikTok-accounts.²⁶⁶

Op TikTok kunnen via verschillende functionaliteiten seksuele uitbuiting plaatsvinden, zoals via Direct Messaging of het plaatsen van content op één van de feeds. Zo werden er onlangs op een middelbare school TikTok-video's verspreid waarin vrouwelijke leerlingen in beeld werden gebracht met suggestieve en insinuerende seksuele teksten.²⁶⁷ In 2024 is ook onderzoek gedaan naar de child exposure engagement en user engagement op TikTok. In dit onderzoek is gekeken naar de manieren waarop kinderen zelf letterlijk worden blootgegeven door content met onthullende kleding te plaatsen zoals dansjes in korte topjes en de link met verhoogd engagement op het platform door gebruikers. Hier wordt beschreven dat er een gebrek is aan grootschalige (wetenschappelijke) kwantitatieve analyses, die cruciaal zijn om de omvang en patronen van het

257 Nederlands Jeugdinstituut. (2023, oktober 10). Seksueel misbruik start vaker via sociale media. Geraadpleegd op 7 oktober 2024, van <https://www.nji.nl/nieuws/seksueel-misbruik-start-vaker-via-sociale-media>

258 Defence for Children. (2021, januari 25). Kwart van misbruikzaken met tieners via sociale media. Geraadpleegd op 7 oktober 2024, van <https://defenceforchildren.nl/actueel/nieuws/seksuele-uitbuiting/2021/kwart-van-misbruikzaken-met-tieners-via-sociale-media/>

259 Rahman-Jones, I. (2024, oktober 31). Snapchat most-used app for online grooming, says NSPCC. BBC News. Geraadpleegd op 19 november 2024, van <https://www.bbc.com/news/articles/cze3p1j71oko>

260 Oppenheim, M. (2024, november 1). Snapchat most used social media platform for grooming, figures show as offences hit record high. The Independent. Geraadpleegd op 19 november 2024, van <https://www.independent.co.uk/news/uk/crime/snapchat-online-grooming-social-media-b2639586.html>

261 National Center for Missing & Exploited Kids (2016) [sexortion fact sheet \(missingkids.org\)](https://www.missingkids.org), geraadpleegd op 7 oktober 2024

262 Schirmer, M., Voggenreiter, A., & Pfeffer, J. (2024, p.2). More skin, more likes! Measuring child exposure and user engagement on TikTok. *arXiv*. Geraadpleegd op 19 november 2024, van <https://arxiv.org/pdf/2408.05622>

263 Schirmer, M., Voggenreiter, A., & Pfeffer, J. (2024, p.3). More skin, more likes! Measuring child exposure and user engagement on TikTok. *arXiv*. Geraadpleegd op 19 november 2024, van <https://arxiv.org/pdf/2408.05622>

264 Schirmer, M., Voggenreiter, A., & Pfeffer, J. (2024, p.3). More skin, more likes! Measuring child exposure and user engagement on TikTok. *arXiv*. Geraadpleegd op 19 november 2024, van <https://arxiv.org/pdf/2408.05622>

265 Schirmer, M., Voggenreiter, A., & Pfeffer, J. (2024, p.8). More skin, more likes! Measuring child exposure and user engagement on TikTok. *arXiv*. Geraadpleegd op 19 november 2024, van <https://arxiv.org/pdf/2408.05622>

266 Schirmer, M., Voggenreiter, A., & Pfeffer, J. (2024, p.2). More skin, more likes! Measuring child exposure and user engagement on TikTok. *arXiv*. Geraadpleegd op 19 november 2024, van <https://arxiv.org/pdf/2408.05622>

267 Om Dijk, S. (2024, september 16). Seksueel getinte TikTok-filmpjes met 'grensoverschrijdende opmerkingen' gaan rond op school. Omroep Gelderland. Geraadpleegd op 22 oktober 2024, van <https://www.gld.nl/nieuws/8204562/seksueel-getinte-tiktok-filmpjes-met-grensoverschrijdende-opmerkingen-gaan-rond-op-school>

blootstellen van kinderen te begrijpen. Dit benadrukt de dringende behoefte aan verder onderzoek naar de link tussen onthullende content van kinderen en de gebruikersengagement op TikTok.²⁶⁸

Risico-inschatting: oordeel van de onderzoekers

Zojuist hebben we een beschrijving van het risico gepresenteerd. Op basis hiervan vraagt de KIA-handleiding een risico-inschatting te geven. Bij de risico-inschatting moeten zowel de kans als de impact van het risico geëvalueerd worden. Bij de kans beschrijven we hoe waarschijnlijk het is dat het risico zich voordoet. Bij de impact beschrijven we de ernst van de gevolgen als het risico zich voordoet.

Daarnaast stelt de KIA-handleiding dat de risicoclassificatie moet worden gebaseerd op het brutorisico dat kinderen lopen, zonder rekening te houden met risicobeperkende maatregelen. Bij de risico-inschatting gaan wij dus uit van het risico dat kinderen lopen wanneer ze TikTok gebruiken, zonder dat er risicobeperkende maatregelen zijn genomen. Huidige maatregelen die reeds door TikTok getroffen zijn, nemen we in onze analyse daardoor niet mee. In bovenstaande risicoparagraaf hebben wij de risico's en de gevolgen hier van beschreven. Dit betreft het brutorisico.

Deze risico-inschatting is gebaseerd op de (wetenschappelijke) literatuur die wij binnen de reikwijdte van dit onderzoek hebben gevonden. Bovendien is niet alle benodigde informatie beschikbaar, aangezien over sommige onderwerpen onderzoek over het specifieke platform ontbreekt en er alleen onderzoek naar social media in het algemeen is gedaan. Daarom dient deze risico-inschatting te worden gelezen met inachtneming van dit voorbehoud.

Kans

TikTok is een platform waarbij constant interactie plaatsvindt met anderen, door middel van het delen van content of het reageren op video's. Kinderen kunnen via het platform zelf dader of slachtoffer worden van cyberpesten met alle gevolgen van dien. Ook kunnen kinderen slachtoffer worden van seksuele uitbuiting. Dit kan door contact met kwaadwillenden wanneer kinderen geen gebruikmaken van tieneraccounts waarmee geen directe berichten kunnen worden verstuurd. Daarnaast worden kinderen blootgesteld aan geseksualiseerde content zoals gewaagde dansjes met sensuele bewegingen en imiteren zij dit gedrag wat hen kwetsbaar maakt voor kwaadwillenden die dit als een reden zien voor het aangaan van contact. Tegelijkertijd kunnen wij als onderzoekers op basis van de door ons geraadpleegde bronnen niet beoordelen hoe groot de kans is dat kinderen in aanraking komen met cyberpesten of seksuele uitbuiting op TikTok. Om die reden kunnen wij geen taxatie maken van de kans.

Impact

Contactrisico's kunnen mogelijk op TikTok voorkomen. Ten eerste, kan cyberpesten op TikTok voorkomen door middel van onder andere likes, comments, directe berichten en het delen van content. Daarnaast is er child exposure en kindermisbruikmateriaal te vinden op TikTok. Voorgenoemde kan schadelijke gevolgen hebben voor het welzijn van kinderen.

Als deze contactrisico's zich voordoen, zijn er duidelijke indicaties te vinden in de onderzochte literatuur dat de gevolgen van het brutorisico (zonder rekening te houden met risicobeperkende maatregelen) groot kunnen zijn. Echter, vanwege het gebrek aan voldoende informatie over de kans dat een risico zich voordoet, hebben we besloten om de inschaling van de impact in de categorieën laag, midden of hoog achterwege te laten. Op deze manier voorkomen we dat er een vertekend beeld ontstaat over de totale beoordeling van de risico-inschatting.

Conclusie

Zoals gesteld, vraagt het KIA om een risico-inschatting te geven. Doordat we geen beoordeling hebben kunnen maken van de kans, kunnen we geen eindoordeel geven over de risico-inschatting.

Kans	Impact	Risico-inschatting

²⁶⁸ Schirmer, M., Voggenreiter, A., & Pfeffer, J. (2024, p.2). More skin, more likes! Measuring child exposure and user engagement on TikTok. *arXiv*. Geraadpleegd op 19 november 2024, van <https://arxiv.org/pdf/2408.05622>

3.4 Consumentenrisico's (consumer risks): Welke (potentiële) risico's zijn er in het ontwerp en gebruik van de digitale dienst voor kinderen in hun hoedanigheid van consument?

Inleiding

De KIA-handleiding stelt dat alle vragen in hoofdstuk 3 dezelfde structuur volgen: (1) beschrijving van het risico en (2) een risico-inschatting.

Bij het beschrijven van het risico hanteren wij de volgende opzet. Eerst beschrijven we het risico op socialmediaplatformen in het algemeen. Daarna specificeren we het risico voor TikTok. Binnen de reikwijdte van dit onderzoek kon niet de volledige breedte van consumentenrisico's worden meegenomen. We hebben per risicocategorie een aantal onderwerpen geselecteerd om mee te nemen in het assessment. Zie het hoofdstuk 'Selectie van onderwerpen voor de risicoanalyse' in de onderzoeksrapportage voor nadere onderbouwing van de keuze van de onderwerpen.

Onder het risico 'consument' gaan wij in op twee onderwerpen: **1) reclame en (2) in-app-aankopen**. Een onderwerp dat nauw samenhangt met consumentenrisico's is profilering in verband met reclame. Dit onderwerp lichten we nader toe bij de privacyrisico's.

Consumentenrisico's

In de KIA-handleiding wordt beschreven dat consumentenrisico's alle situaties omvatten waarin kinderen als consument risico's lopen. Wanneer kinderen socialmediaplatformen gebruiken, kwalificeren zij in de regel altijd als consument. In de handleiding wordt onderscheid gemaakt tussen de volgende typen consumentrisico's: contractrisico's, oneerlijke handelspraktijken en de onrechtmatige verwerking van persoonsgegevens.²⁶⁹

1. Reclame op social media in het algemeen

We analyseren hierbij reclame via het platform en de invloed van influencers. De OECD onderscheidt drie verschillende typen risico's, namelijk: (i) reclame voor producten die ongeschikt zijn voor kinderen, (ii) reclame voor producten zonder dat duidelijk zichtbaar is dat het om marketing gaat of bedoeld zijn voor volwassenen, of (iii) er wordt gebruikgemaakt van het gebrek aan kennis en onervarenheid van kinderen wat resulteert in financiële risico's.²⁷⁰

Wanneer niet duidelijk is dat er sprake is van reclame, noemen we dat 'misleidende reclame-integratie'. Misleidende reclame-integratie op socialmediaplatformen komt voor in verschillende vormen die de transparantie richting gebruikers ondermijnen. Dit gebeurt bijvoorbeeld wanneer advertenties worden getoond zonder duidelijke markering dat het om betaalde content gaat, of wanneer gesponsorde berichten zodanig worden vormgegeven dat ze nauwelijks te onderscheiden zijn van reguliere posts. Ook zien we dat platforms vaak niet transparant zijn over de criteria waarom specifieke gebruikers bepaalde advertenties te zien krijgen. Een ander veelvoorkomend probleem is dat influencers nalaten om duidelijk te vermelden dat hun content gesponsord is of dat ze betaald zijn om bepaalde producten of diensten aan te prijzen.²⁷¹ Op basis van artikel 26 van de Digitaledienstenverordening, moeten aanbieders van onlineplatforms die op hun online-interfaces reclame tonen, ervoor zorgen dat de gebruikers van de dienst voor elke specifieke reclame die aan elke individuele gebruiker wordt getoond op een duidelijke, beknopt en ondubbelzinnige wijze aangegeven worden. In realtime moeten de gebruikers het volgende kunnen vaststellen: (1) dat de informatie reclame is; (2) namens wie de reclame wordt getoond; (3) wie die de reclame heeft bepaald, indien die persoon verschilt van punt twee; (4) rechtstreekse en gemakkelijke toegankelijke nuttige informatie vanaf de reclame over de belangrijkste parameters die worden gebruikt om te bepalen aan welke afnemers de reclame wordt getoond en in voorkomende gevallen over de wijze waarop die parameters kunnen worden veranderd.

Het is al lange tijd bekend dat advertenties schadelijk kunnen zijn voor kinderen.²⁷² Op online platforms en in talloze games waar kinderen veel tijd doorbrengen, zijn advertenties volop aanwezig. Nieuwe marketingstrategieën brengen commerciële boodschappen ook op subtielere wijze over, waardoor ze moeilijker te herkennen en te verwerken zijn en dus effectiever zijn. Zo kan commerciële inhoud slim worden

²⁶⁹ Handleiding KIA, toelichting vraag 3.4

²⁷⁰ OECD. (2021, January). Children in the Digital Environment: Revised Typology of Risks. OECD Publishing. Available at: <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/9b8f222e-en.pdf>

²⁷¹ DDV Leidraad Zorgvuldigheidsverplichtingen tussenhandeldiensten, p. 48 e.v.

²⁷² UNICEF. (z.d.). Kinderrechten in de digitale wereld. UNICEF. Available at: <https://www.unicef.nl/files/UNICEF-essaybundel-Kinderrechten-in-de-digitale-wereld.pdf>

geïntegreerd met niet-commerciële content, zoals in advergames.²⁷³ Daarnaast worden kinderen ingezet bij het verspreiden van content waarbij het commerciële karakter niet altijd direct zichtbaar is. Een voorbeeld hiervan is het delen van video's van influencers of muziek verbonden aan een merk. De vermenging van digitaal spelen en reclame baart zorgen ten aanzien van kinderen, omdat het kan leiden tot ongezonde levensstijlen, verhoogd consumentengedrag, materialisme en conflicten tussen ouder en kind. Tegelijkertijd vormen kinderen een belangrijke doelgroep voor bedrijven wat betreft marketing. Kinderen besteden steeds meer geld zelf en hebben invloed op gezins aankopen. Daarnaast zijn kinderen niet alleen vanaf jonge leeftijd merksensitief, maar blijven ze vaak trouw aan merken die ze als kind waardeerden.²⁷⁴

Reclame op TikTok

Binnen TikTok kunnen de risico's rondom reclame en handelspraktijken zich op verschillende manieren voordoen. Enerzijds door het aanbod van rechtstreekse advertenties door zakelijke accounts van bedrijven die actief zijn op TikTok door middel van TikTok For Business, anderzijds doordat gebruikers door middel van persoonlijke accounts (verborgen) reclame maken voor producten van derden of zichzelf.

TikTok For Business

Het doel van TikTok for Business is het doelgericht bereiken van klanten en het behalen van resultaten via de TikTok Ads Manager. TikTok For Business is beschikbaar voor bedrijven uit verschillende industrieën: retail, gaming, consumer packaged goods en agencies (pr, marketing en reclamebureaus). TikTok biedt verschillende producten aan voor bedrijven (zie vraag 2.1) om hen te helpen met het genereren van inkomsten.

Reclame via persoonlijke accounts

Op TikTok krijgen gebruikers 'verborgen' advertenties te zien. Dat gebeurt op meerdere manieren, zoals branded hashtag challenges, in-feed ads en branded effects. Er zijn ook gesponsorde berichten van gebruikers met veel volgers. Kinderen kunnen zulke boodschappen niet goed op waarde schatten.²⁷⁵ Persoonlijke accounts kunnen gebruikt worden door gewone gebruikers, influencers en bekende personen. Gebruikers met persoonlijke accounts kunnen op verschillende manieren reclame maken via storefronts en het aangaan van samenwerkingen met merken. De gebruikers die hier voornamelijk gebruik van maken zijn influencers en bekende personen. Deze influencers kunnen zowel zichtbaar als verborgen reclame maken voor producten die al dan niet schadelijk zijn voor kinderen en al dan niet alleen onder strikte voorwaarden verkocht mogen worden. In Nederland worden jongeren bijvoorbeeld door de tabaksindustrie getarget met filmpjes over vaperen en snus.²⁷⁶ In 2022 heeft TikTok toegezegd duidelijker onderscheid te maken tussen commerciële content en niet-commerciële content. De commerciële content wordt gemarkeerd met een label.²⁷⁷ Uit onderzoek blijkt echter dat kinderen de reclames en sponsorvermeldingen van influencers op TikTok lastig kunnen herkennen.²⁷⁸ In 2024 kreeg een bekende TikToker een boete van € 6.000,- voor het maken van 'verborgen reclame'.²⁷⁹

2. In-app-aankopen op social media in het algemeen

Een andere vorm van consumentenrisico's kunnen voortkomen uit de mogelijkheden rondom in-app-aankopen zoals digitale valuta. Met in-app-aankopen kunnen gebruikers extra functies kopen in spelletjesapps of andersoortige apps.²⁸⁰ Met het veranderen van de verdienmodellen wijzigde ook het ontwerp van computerspellen en andere digitale diensten op een wijze die impact heeft op de rechten en het welzijn van de speler.²⁸¹ Diverse socialmediaplatformen, waaronder TikTok, Snapchat en Badoo, implementeren een systeem van in-app-aankopen door middel van een intermediaire virtuele valuta. Bij TikTok kunnen gebruikers bijvoorbeeld coins aanschaffen die vervolgens worden ingezet voor het activeren van 'virtuele geschenken',

273 Autoriteit Consument & Markt. (z.d.). Vijf uitgangspunten voor reclame gericht op kinderen. Available at: https://www.acm.nl/sites/default/files/documents/vijf-uitgangspunten-voor-reclame-gericht-op-kinderen_o.pdf

274 Autoriteit Consument & Markt. (z.d.). Vijf uitgangspunten voor reclame gericht op kinderen. Available at: https://www.acm.nl/sites/default/files/documents/vijf-uitgangspunten-voor-reclame-gericht-op-kinderen_o.pdf

275 Kulche (2021) *Kindvriendelijkheid social media apps* Consumentenbond, geraadpleegd op 18 november 2024

276 Trimbos Instituut (2022) *Jongeren met experts in gesprek over vaperen op TikTok - Trimbos-instituut, geraadpleegd op 7 oktober 2024*

277 Autoriteit Consument & Markt. (2023, januari 15). Gezamenlijke Europese toezichthouders dwingen TikTok tot aanpassingen. ACM. <https://www.acm.nl/nl/publicaties/gezamenlijke-europese-toezichthouders-dwingen-tiktok-tot-aanpassingen>

278 Jeugdjournaal. (2024, oktober 7). *Reclame of niet? Kinderen herkennen reclames van influencers niet goed*. Jeugdjournaal. <https://jeugdjournaal.nl/artikel/2540024-reclame-of-niet-kinderen-herkennen-reclames-van-influencers-niet-goed>

279 Jeugdjournaal. (2023, juni 15). *TikToker Rhode Kok krijgt boete voor verborgen reclame*. Jeugdjournaal. <https://jeugdjournaal.nl/artikel/2527519-tiktokker-rhode-kok-krijgt-boete-voor-verborgen-reclame>

280 Consumentenbond. (z.d.). *Blokkeer in-app aankopen voor je kind*. Available at: <https://www.consumentenbond.nl/tablet/blokkeer-in-app-aankopen-voor-je-kind>. Geraadpleegd op 7 oktober 2024.

281 Tweede Kamer der Staten-Generaal. (2018). Consumentenbond, Position paper veilig opgroeien Document 2018D24917. Available at: <https://www.tweedekamer.nl/downloads/document?id=2018D24917>

bedoeld voor uitwisseling tussen gebruikers. De economische waarde van deze coins is niet eenduidig te vergelijken met Europese valuta, en na aanschaf is conversie naar reguliere betaalmiddelen uitgesloten.

Doordat steeds meer digitale diensten de mogelijkheid bieden tot het doen van in-app-aankopen, leidt dit automatisch ook tot steeds meer risico's. In een onderzoek uitgevoerd door Childnet (een Britse non-profit organisatie) blijkt dat in-app-aankopen door kinderen geregeld per ongeluk plaatsvinden. Uit het onderzoek komt naar voren dat 37% van de kinderen weleens geld heeft besteed via in-app-aankopen. Bovendien geeft 12% van de deelnemers aan per ongeluk geld uitgegeven te hebben via in-app-aankopen. Redenen die hierbij worden genoemd zijn: (i) kinderen zijn in de veronderstelling dat het gratis is, (ii) kinderen gaven aan per ongeluk te hebben geklikt, (iii) aankopen werden gedaan doordat kinderen op het verkeerde been werden gezet met vooraf ingevulde velden en er geen expliciete bevestiging werd gevraagd voorafgaand aan de daadwerkelijke betaling, (iv) technische haperingen.²⁸²

In-app-aankopen op TikTok

TikTok biedt verschillende functionaliteiten aan om in-app-aankopen te doen. Dit zijn onder andere het aangaan van abonnementen en het kopen van TikTok Coins, zoals hierboven al beschreven. Deze functies zijn in principe niet toegankelijk voor accounts van 13- tot en met 17-jarigen. We gaan, zoals de KIA-handleiding voorschrijft, in onze analyse uit van het brutorisico waarbij kinderen niet worden beschermd door middel van leeftijdsbeperkende functies. Ook bestaat het risico dat kinderen een account voor meerderjarigen hebben. We gaan in op de manieren waarop een kind in contact kan komen met in-app-aankopen en het risico dat zij daarmee lopen.

- **TikTok Shop.** De TikTok Shop kan door makers worden ingezet om het publiek te stimuleren om te browsen door commerciële content via video's en LIVE-sessies. Makers kunnen via de shop direct producten tonen en verkopen. Het publiek kan bestellingen plaatsen zonder het TikTok-platform te verlaten.²⁸³ In de TikTok Shop wordt er een onderscheid gemaakt tussen Sellers (verkopers van producten), Creators (makers van content), Partners (bieden professionele e-commerce diensten aan voor verkopers en makers²⁸⁴) en Affiliates (makers die samenwerken met verkopers).²⁸⁵ De TikTok Shop is niet beschikbaar in Nederland zoals aangegeven in Hoofdstuk 2.
- **Abonnementen.** Gebruikers kunnen abonnementen aangaan van content creators die ze willen volgen. Door het aangaan van abonnementen hebben gebruikers toegang tot 'speciale' content die niet zichtbaar is op de normale feeds.
- **Coins.** TikTok biedt coins aan als digitale valuta binnen de dienst. De coins kunnen ingewisseld worden voor geschenken die aan makers kunnen worden gegeven. Meer uitleg over coins is terug te vinden in hoofdstuk 2. De coins zijn niet toegankelijk voor minderjarige accounts, echter is de age assurance onvoldoende adequaat en zijn er kinderen met toegang tot accounts voor volwassenen en daarmee met toegang tot de functionaliteit om coins te kopen. Het gebruik van virtuele valuta ten aanzien van kinderen wordt volgens de ACM als oneerlijke handelspraktijk beschouwd.²⁸⁶ Kinderen zijn zich vaak niet bewust van de financiële risico's die ze lopen als ze virtuele items zoals coins aanschaffen. Influencers vragen jonge kinderen bewust om de coins om te zetten in geschenken zodat zij daar geld aan kunnen verdienen.²⁸⁷

Risico-inschatting: oordeel van de onderzoekers

Zojuist hebben we een beschrijving van het risico gepresenteerd. Op basis hiervan vraagt de KIA-handleiding een risico-inschatting te geven. Bij de risico-inschatting moeten zowel de kans als de impact van het risico geëvalueerd worden. Bij de kans beschrijven we hoe waarschijnlijk het is dat het risico zich voordoet. Bij de impact beschrijven we de ernst van de gevolgen als het risico zich voordoet.

²⁸² Childnet. (2021). *Young people's experiences of in-app purchases*. Available at: <https://www.childnet.com/wp-content/uploads/2021/11/Young-peoples-experiences-of-in-app-purchases.pdf>. Geraadpleegd op 7 oktober 2024.

²⁸³ Childnet. (2021). *Young people's experiences of in-app purchases*. Available at: <https://www.childnet.com/wp-content/uploads/2021/11/Young-peoples-experiences-of-in-app-purchases.pdf>. Geraadpleegd op 7 oktober 2024.

²⁸⁴ [TikTok Shop Official Portal - A Full-Service Commerce Solution, Driven by TikTok's Unique Content Ecosystem](#). geraadpleegd op 7 oktober 2024

²⁸⁵ [TikTok Shop Official Portal - A Full-Service Commerce Solution, Driven by TikTok's Unique Content Ecosystem](#). geraadpleegd op 7 oktober 2024

²⁸⁶ Autoriteit Consument & Markt (15-05-2024) [ACM imposes fine on Epic for unfair commercial practices aimed at children in Fortnite game | ACM.nl](#), geraadpleegd op 18 november 2024

²⁸⁷ Childnet. (2021). *Young people's experiences of in-app purchases*. Available at: <https://www.childnet.com/wp-content/uploads/2021/11/Young-peoples-experiences-of-in-app-purchases.pdf>. Geraadpleegd op 7 oktober 2024.

Daarnaast stelt de KIA-handleiding dat de risicoclassificatie moet worden gebaseerd op het brutorisico dat kinderen lopen, zonder rekening te houden met risicobeperkende maatregelen. Bij de risico-inschatting gaan wij dus uit van het risico dat kinderen lopen wanneer ze TikTok gebruiken, zonder dat er risicobeperkende maatregelen zijn genomen. Huidige maatregelen die reeds door TikTok getroffen zijn, nemen we in onze analyse daardoor niet mee. In bovenstaande risicoparagraaf hebben wij de risico's en de gevolgen hier van beschreven. Dit betreft het brutorisico.

Deze risico-inschatting is gebaseerd op de (wetenschappelijke) literatuur die wij binnen de reikwijdte van dit onderzoek hebben gevonden. Bovendien is niet alle benodigde informatie beschikbaar, aangezien over sommige onderwerpen onderzoek over het specifieke platform ontbreekt en er alleen onderzoek naar social media in het algemeen is gedaan. Daarom dient deze risico-inschatting te worden gelezen met inachtneming van dit voorbehoud.

Kans

Kinderen worden vaak blootgesteld aan advertenties op TikTok. Vaak zijn deze advertenties verborgen, zoals bij influencers, waar het niet altijd duidelijk is dat het een advertentie betreft. Daarnaast kunnen alle kinderen in-app-aankopen doen. Ook het kopen van bijvoorbeeld coins is een mogelijkheid voor kinderen die een meerderjarig profiel hebben. Tegelijkertijd kunnen wij als onderzoekers op basis van de door ons geraadpleegde bronnen niet beoordelen hoe groot de kans is dat kinderen in aanraking komen met reclame en in-app-aankopen op TikTok. Om die reden kunnen wij geen taxatie maken van de kans.

Impact

Consumentenrisico's kunnen potentieel schadelijke gevolgen hebben voor het welzijn en de rechten van kinderen. Deze indicaties worden beschreven in de onderzoeken van het Trimbos-instituut en de Consumentenbond. In Nederland worden jongeren bijvoorbeeld door de tabaksindustrie getarget met bijvoorbeeld video's over vaperen en snus. Dit heeft schadelijke effecten voor de gezondheid van kinderen. Daarnaast overzien kinderen de financiële gevolgen van hun aankopen niet.

Als deze consumentenrisico's zich voordoen, zijn er duidelijke indicaties te vinden in de onderzochte literatuur dat de gevolgen van het brutorisico (zonder rekening te houden met risicobeperkende maatregelen) groot kunnen zijn. Echter, vanwege het gebrek aan voldoende informatie over de kans dat een risico zich voordoet, hebben we besloten om de inschaling van de impact in de categorieën laag, midden of hoog achterwege te laten. Op deze manier voorkomen we dat er een vertekend beeld ontstaat over de totale beoordeling van de risico-inschatting.

Conclusie

Zoals gesteld, vraagt het KIA om een risico-inschatting te geven. Doordat we geen beoordeling hebben kunnen maken van de kans, kunnen we geen eendoordeel geven over de risico-inschatting.

Kans	Impact	Risico-inschatting
------	--------	--------------------

Doorsnijdende risico's (Cross-cutting risks)

Doorsnijdende risico's of 'cross-cutting risks' zijn risico's die zich kunnen voordoen tussen alle bovengenoemde risicocategorieën en die de risico's – in onderlinge samenhang – voor kinderen, hun rechten en hun welzijn mogelijk kunnen vergroten of vermeerderen. De volgende risico's zijn doorsnijdende risico's.

3.5 *Geavanceerde technologierisico's: Welke geavanceerde technologieën als onderdeel van het ontwerp van de digitale dienst kunnen (potentiële) risico's voor kinderen opleveren, mede gelet op hun leeftijd en hun ontwikkelende vermogens?*

Inleiding

De KIA-handleiding stelt dat alle vragen in hoofdstuk 3 dezelfde structuur volgen: (1) beschrijving van het risico en (2) een risico-inschatting.

Bij het beschrijven van het risico hanteren wij de volgende opzet. Eerst beschrijven we het risico op socialmediaplatformen in het algemeen. Daarna specificeren we het risico voor TikTok. Binnen de reikwijdte van dit onderzoek kon niet de volledige breedte van geavanceerde technologierisico's worden meegenomen. We hebben per risicocategorie een aantal onderwerpen geselecteerd om mee te nemen in het assessment. Zie het hoofdstuk 'Selectie van onderwerpen voor de risicoanalyse' in de onderzoeksrapportage voor nadere onderbouwing van de keuze van de onderwerpen.

Onder het risico 'geavanceerde technologie' gaan wij in op drie onderwerpen:

(1) age assurance; (2) deceptive designs/dark patterns; (3) recommender systems.

Bij de risico-inschatting wordt ons door de KIA-handleiding gevraagd om de *kans* en de *impact* van het risico te beschrijven. Bij kans beschrijven we de waarschijnlijkheid dat het risico zich voordoet. Bij impact beschrijven we de ernst en de gevolgen van het risico als het zich voordoet.

Geavanceerde technologierisico's

In de KIA-handleiding is beschreven dat geavanceerde technologierisico's de situaties omvatten waarin kinderen risico's lopen naar mate de technologie voortschrijdt. Voorbeelden die genoemd worden als geavanceerde technologie zijn: digitale diensten die worden aangestuurd door algoritmen of datagestuurd gedragsontwerp van digitale diensten en biometrische toepassingen.

1. Age assurance op social media in het algemeen

De Nederlandse term leeftijdsverificatie heeft een specifieke betekenis en is een vorm van 'age assurance'. Age assurance omvat alle methoden die worden gebruikt om de leeftijd of leeftijdsgroep van een individu te bepalen met verschillende niveaus van betrouwbaarheid of zekerheid. Hieronder wordt weergegeven welke soorten age assurance er zijn en waarom leeftijdsverificatie nodig is.²⁸⁸

Er bestaan drie soorten age assurance²⁸⁹:

- Leefijdsverificatie: er wordt met een hoge mate van zekerheid bepaald of iemand een bepaalde minimumleeftijd heeft.
- Leefijdschatting: iemands leeftijd wordt geschat met behulp van bijvoorbeeld gedragsprofilering of een gezichtsscan.
- Zelfverklaring: gebruikers van een digitale dienst wordt gevraagd wat hun leeftijd is.

Leefijdsverificatie is nodig als de wet een minimumleeftijd voorschrijft voor:

- Het kopen van voor kinderen schadelijke producten (denk aan alcohol of tabak).
- Het gebruik van voor kinderen of jongeren schadelijke diensten (bijvoorbeeld gokken).
- Het uitvoeren van rechtshandelingen (bijvoorbeeld een overeenkomst of toestemming voor de verwerking van persoonsgegevens).

²⁸⁸ Shaffique, M. R., & van der Hof, S. (2024). *Research report: Mapping age assurance typologies and requirements*. European Commission. Available at: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/nl/library/research-report-mapping-age-assurance-typologies-and-requirements>, geraadpleegd op 9 december 2024

²⁸⁹ Shaffique, M. R., & van der Hof, S. (2024). *Research report: Mapping age assurance typologies and requirements*. European Commission. Available at: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/nl/library/research-report-mapping-age-assurance-typologies-and-requirements>, geraadpleegd op 9 december 2024

Het verdienmodel van grote socialmediaplatformen is hoofdzakelijk gericht op de verkoop van advertenties aan bedrijven. Het succes van dit verdienmodel is gebaseerd op het uitgangspunt dat advertenties heel gericht worden aangeboden aan specifieke doelgroepen. Omdat alle grote socialmediaplatformen 13 jaar als minimumleeftijd voor het gebruik van de dienstverlening hanteren, dienen zij rekening te houden met het feit dat voor kinderen andere regels gelden met betrekking tot het aanbieden van diensten, dan voor volwassenen. Een socialmediaplatform heeft de zorgplicht om kinderen online te beschermen.

- De AVG verplicht organisaties bescherming te bieden tegen schade door bepaalde vormen van targeted ads (profilering).
- De audiovisuele mediarijchlijn en de Nederlandse mediawet stellen dat organisaties maatregelen moeten treffen die voorkomen dat kinderen worden blootgesteld aan schadelijke content.²⁹⁰
- De Digitaaldienstenverordening verplicht bepaalde organisaties (waaronder de grootste socialmediaplatformen) maatregelen te treffen tegen systeemrisico's in het ontwerp van hun dienst.²⁹¹ Voor de bescherming van minderjarigen gelden nog aanvullende specifieke verplichtingen voor het nemen van geschikte en proportionele maatregelen.²⁹²

In deze gevallen kan age assurance een maatregel zijn om (deels) aan die verplichtingen te voldoen.²⁹³

Diverse wetenschappers, zoals Simone van der Hof, geven aan dat zij betwijfelen of de huidige manieren van age assurance (bijvoorbeeld leeftijdsinschatting en zelfverklaring op Instagram) afdoende zijn.²⁹⁴ Minderjarigen kunnen zich door gebrekkige age assurance voordoen als volwassenen en daardoor toegang krijgen tot schadelijke content of toegang krijgen tot in-app-aankopen. Kwaadwillende volwassenen kunnen een kinderaccount aanmaken en op die manier in contact komen met kinderen.

Age assurance op TikTok

TikTok voert op twee manieren age assurance uit. Ten eerste door een zelfverklaring van gebruikers tijdens hun registratie op het platform. Ten tweede geeft TikTok in zijn privacybeleid aan dat het ook gebruikmaakt van leeftijdsinschatting. Het gebruik van deze twee vormen van age assurance brengt verschillende risico's met zich mee.

Wanneer kinderen bij het aanmaken van een account aangeven dat ze 18+ zijn, dan genieten ze niet de beschermingsmaatregelen die voor tieneraccounts gelden. Dit vergroot de kans op schade doordat kinderen worden blootgesteld aan schadelijke content, zoals gewelddadige of beangstigende content, of dat ze in contact komen met kwaadwillenden.

Er is in 2024 een officiële procedure gestart door de Europese Commissie over onder andere de bescherming van minderjarigen. Uit het onderzoek moet blijken of mitigerende maatregelen met betrekking tot de leeftijdsverificatietools die door TikTok worden gebruikt om toegang door minderjarigen tot ongepaste inhoud te voorkomen, redelijk, proportioneel en effectief zijn.²⁹⁵

Het is onduidelijk of TikTok's technologie voor het inschatten van de leeftijd van kinderen effectief is. Dit kan risico's in stand houden voor kinderen jonger dan 13 jaar en voor kinderen van 13 tot 17 jaar met een 18+ account die niet door het algoritme worden herkend. Het zou ook kunnen leiden tot buitensluiting van gebruikers die wel 13 of 18 jaar zijn, maar door het systeem niet als zodanig worden geïdentificeerd. TikTok beschrijft ook op de webpagina dat het bij ontdekking van een gebruiker die jonger dan 13 jaar is, de gegevens direct zal verwijderen. TikTok kan het account van gebruikers waarvan ze vermoeden dat zij jonger dan 13 jaar zijn blokkeren. Iemand kan binnen 180 dagen bezwaar maken en de gegevens van het account downloaden.

290 Commissariaat voor de Media. (z.d.). *Hou rekening met minderjarigen*. Available at: <https://www.cvdm.nl/voor-medi makers/video-uploaders/nieuwe-regels-voor-video-uploaders/hou-rekening-met-minderjarigen/>. Geraadpleegd op 9 december 2024.

291 Art. 34 en 35 DDV

292 Art. 28 DDV

293 Shaffique, M. R., & van der Hof, S. (2024). *Research report: Mapping age assurance typologies and requirements*. European Commission. Available at: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/nl/library/research-report-mapping-age-assurance-typologies-and-requirements>, geraadpleegd op 9 december 2024

294 Universiteit Leiden. (2024, oktober). *Kritiek op Instagram Teens: Is dit wel de oplossing die tieners nodig hebben?* Available at: <https://www.universiteitleiden.nl/in-de-media/2024/10/kritiek-op-instagram-teens-is-dit-wel-de-oplossing-die-tieners-nodig-hebben>

295 European Commission. (2024). *Press release: TikTok investigated for potential DSA breaches*. Available at: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_24_926 geraadpleegd op 18 november 2024

Ook geeft TikTok aan dat het de toegang tot leeftijdsbeperkte functies kan intrekken als TikTok denkt dat een gebruiker niet aan de minimumleeftijd voldoet. Het gaat om de livestream functie (vanaf 18 jaar), het aangaan van een Duet of een Stitch, het kopen van coins (vanaf 18 jaar) en het sturen van directe berichten (vanaf 16 jaar en ouder).²⁹⁶

2. Deceptive design/dark patterns op social media in het algemeen

Het concept van deceptive designs/dark patterns (misleidend ontwerppatroon) betreft gebruikers die opzettelijk gemanipuleerd worden om handelingen te verrichten die in strijd zijn met hun eigen belangen. De European Data Protection Board (EDPB) heeft in 2022 richtlijnen gepubliceerd voor: 'Deceptive design patterns in social media platform interfaces: how to recognise and avoid them'.

Uit dit onderzoek van de EDPB blijkt dat socialmediaplatformen verschillende misleidende ontwerppatronen ('deceptive design patterns') toepassen die de privacy en gebruikersrechten van hun gebruikers ondermijnen. Deze patronen kunnen worden onderverdeeld in zes hoofdcategorieën die elk op verschillende manieren de gebruikerservaring en privacybescherming beïnvloeden.

- De eerste categorie, 'overloading', kenmerkt zich door het overweldigen van gebruikers met informatie en verzoeken. Dit manifesteert zich bijvoorbeeld in het herhaaldelijk vragen om persoonlijke gegevens ('continuous prompting'), het verspreiden van privacy-informatie over talloze pagina's ('privacy maze'), en het presenteren van een overdaad aan keuzemogelijkheden die verwarring creëert.
- Een tweede categorie betreft 'skipping', waarbij interfaces zo worden ontworpen dat gebruikers belangrijke privacyaspecten over het hoofd zien. Dit gebeurt onder meer door standaard de meest data-invasieve opties te activeren ('deceptive snugness') en door afleidingstactieken die de aandacht wegleiden van privacygerelateerde acties ('look over there').
- De derde categorie, 'stirring', richt zich op emotionele manipulatie van gebruikers. Platforms gebruiken hierbij gerichte taal en visuele elementen om bepaalde keuzes te stimuleren ('emotional steering') en maken privacyopties bewust minder zichtbaar ('hidden in plain sight').
- De vierde categorie, 'obstructing' omvat patronen die het gebruikers actief moeilijk maken om hun privacy te beschermen. Dit uit zich in niet-werkende links ('dead end'), onnodige extra stappen in privacy-processen ('longer than necessary'), en misleidende acties die niet doen wat gebruikers verwachten.
- De vijfde categorie, 'fickle', heeft betrekking op inconsistentie in de interface. Dit omvat onduidelijke structurering van privacyinformatie, het plaatsen van privacyopties op onlogische locaties, wisselende interfaces tussen verschillende apparaten, en onverwachte taalwisselingen in privacygerelateerde informatie.
- De laatste categorie, 'left in the dark', bestaat uit patronen waarbij gebruikers onvoldoende worden geïnformeerd. Dit gebeurt door het verstrekken van tegenstrijdige informatie en het gebruik van vage, onduidelijke formuleringen.²⁹⁷

Deceptive design patterns vormen een extra groot risico voor kinderen, omdat zij kwetsbaarder zijn voor manipulatieve designpraktijken en minder goed in staat zijn om de langetermijengevolgen van hun keuzes te overzien. De AVG erkent deze verhoogde kwetsbaarheid expliciet en vereist daarom extra bescherming voor minderjarigen, waaronder het gebruik van duidelijke, begrijpelijke taal en transparante keuzemogelijkheden. Kinderen zijn gevoeliger voor emotionele sturing en sociale druk, waardoor manipulatieve technieken in interfacedesign een sterker effect op hen kunnen hebben. Dit kan leiden tot fysieke, materiële en immateriële schade. Platforms hebben daarom een verhoogde verantwoordelijkheid om hun interfaces eerlijk en niet-manipulatief te maken wanneer deze toegankelijk zijn voor kinderen.²⁹⁸

²⁹⁶ TikTok (z.d.) [Bezwaar tegen minimumleeftijd op TikTok | TikTok-hulpcentrum, geraadpleegd 19 november 2024](#)

²⁹⁷ European Data Protection Board. (2023). Guidelines 03/2022 on Deceptive design patterns in social media platform interfaces: How to recognise and avoid them (Version 2.0). https://edpb.europa.eu/system/files/2023-04/edpb_guidelines_03-2022_deceptive-design-patterns-social-media_en_1.pdf

²⁹⁸ Overweging 38 en 58 AVG en Overweging 81 DDV.

Deceptive design/dark patterns op TikTok

Het thema geavanceerde technologie is een cross-cutting risk. Dit betekent dat de deceptive designs in de andere thema's ook voorkomen, zoals virtuele valuta en vermomde advertenties bij consumentrisico's. Een ander deceptive design is het onbewust minder informatie delen dan gewenst onder privacyrisico's. De volgende deceptive designfunctionaliteiten zijn in de studie van Lupiáñez-Villanueva, et al.,²⁹⁹ gevonden op TikTok: virtuele valuta en verborgen advertenties.

3. Recommender systems op social media in het algemeen

Een recommender system (aanbevelingssysteem) is een type softwaretoepassing dat gebruikers helpt bij het ontdekken van producten, diensten of informatie door gepersonaliseerde suggesties te doen. Deze systemen analyseren gebruikersgegevens, zoals eerdere zoekopdrachten, aankopen, en beoordelingen, om patronen en voorkeuren te identificeren. Op basis hiervan kunnen de systemen relevante aanbevelingen doen.

Uit een onderzoek van de Europese Commissie komen verschillende belangrijke risico's naar voren bij het gebruik van aanbevelingssystemen (recommender systems) door kinderen. Een eerste zorg betreft de verzameling van persoonlijke gegevens. Kinderen zijn een kwetsbare groep die extra bescherming nodig heeft als het gaat om hun privacy en persoonlijke data. Een tweede risico is overmatige blootstelling aan vergelijkbare content. Omdat aanbevelingssystemen vaak werken op basis van gelijksoortige content, kunnen kinderen vast komen te zitten in zogenaamde 'informatiebubbels'. Hierdoor krijgen ze steeds dezelfde soort inhoud te zien en missen ze de kans om nieuwe, diverse content te ontdekken.

Ook is er het gevaar van blootstelling aan ongewenste inhoud. Kinderen kunnen in aanraking komen met content die niet geschikt is voor hun leeftijd of zelfs schadelijk is voor hen, zoals seksueel getinte inhoud, geweld of ongezonde gewoontes. Dit is extra zorgelijk omdat kinderen nog niet altijd het vermogen hebben om ongepaste inhoud te herkennen en te vermijden. Commerciële risico's vormen een ander aandachtspunt. Kinderen worden vaak benaderd als 'jonge consumenten', wat bijdraagt aan de commercialisering van de kindertijd. Ze worden blootgesteld aan advertenties en commerciële producten die niet altijd in hun belang zijn. Verslavingsrisico's zijn ook een belangrijke zorg. Functies zoals 'automatisch afspelen' en 'doorlopende aanbevelingen' kunnen leiden tot schermverslaving en een verminderd gevoel van controle. Dit kan negatieve gevolgen hebben voor slaap, sociale contacten en productiviteit.

Het toezicht door ouders wordt bemoeilijkt doordat kinderen deze systemen vaak gebruiken op persoonlijke apparaten zoals tablets en telefoons. Daarnaast kunnen aanbevelingssystemen bestaande genderstereotypen versterken door de manier waarop ze content filteren en presenteren. Specifiek voor social media zijn er risico's rond het vroegtijdig laten kennismaken van kinderen met commerciële producten die eigenlijk bedoeld zijn voor tieners. Ook zijn er uitdagingen rond privacy en gepaste sociale interactie. Het onderzoek benadrukt dat, hoewel sommige van deze risico's ook voor volwassenen gelden, kinderen extra bescherming nodig hebben. Dit komt door hun kwetsbaarheid, de mogelijke impact op hun cognitieve en sociaal-emotionele ontwikkeling, en hun neiging om door trial-and-error te leren. Deze natuurlijke leer methode kan de blootstelling aan risico's vergroten. Daarnaast hebben kinderen nog beperkte vaardigheden om ongepaste inhoud te herkennen en te vermijden, wat hen extra kwetsbaar maakt voor de genoemde risico's.³⁰⁰

Recommender systems op TikTok

De Europese Commissie is een formele procedure tegen TikTok gestart. De procedure is onder andere gericht op het ontwerp van het systeem van TikTok met inbegrip van de algoritmische systemen, die gedragsverslavingen kunnen stimuleren en/of zogeheten 'rabbit hole'-effecten kunnen veroorzaken. TikTok maakt in de verschillende feeds gebruik van recommender systems. De werking hiervan staat uitgelegd in hoofdstuk 2. Het aanbevelingssysteem houdt rekening met likes, shares, reacties, volgers, kijktijd, zoekopdrachten, diversiteit van de content en populaire video's.³⁰¹ De For You Feed van TikTok is een hyper-

299 Lupiáñez-Villanueva, F., Boluda, A., Bogliacino, F., Liva, G., Lechardoy, L., & Rodríguez de las Heras Ballell, T. (2022). *Behavioural study on unfair commercial practices in the digital environment: dark patterns and manipulative personalisation*. Justice and consumers. Brussels: European Commission. doi:doi: 10.2838/859030

300 Gómez, E., Charisi, V., & Chaudron, S. (2021). Evaluating recommender systems with and for children: Towards a multi-perspective framework. In *Perspectives on the Evaluation of Recommender Systems Workshop (PERSPECTIVES 2021)*, co-located with the 15th ACM Conference on Recommender Systems. CEUR Workshop Proceedings.

301 TikTok (August, 2023) TikTok Gebruiksvoorwaarden – 4.1 Ons platform en bedrijfsmodel van [TikTok Gebruiksvoorwaarden](#) | [TikTok](#), geraadpleegd op 02-10-2024

gepersonaliseerde en oneindig scrollbare pagina met algoritmisch aanbevolen inhoud.³⁰² TikTok schrijft hier zelf over: 'The For You Feed displays a stream of content just for you, so you can find content and creators you love.'³⁰³

De gepersonaliseerde inhoud wordt door het systeem binnen enkele minuten na het eerste gebruik van de feed als de interesses van de gebruiker heeft afgeleid. De inhoudsaanbevelingen van TikTok wordt grotendeels gebaseerd op de analyse van de video's die een gebruiker bekijkt uit een eerste selectie van populaire video's. Dit wordt vervolgens gebruikt om de interesses van de gebruiker geleidelijk te verfijnen door video's aan te bevelen die het systeem associeert met de eerder bekeken inhoud. Het resultaat is een veel meer gepersonaliseerde feed van korte videoclips, waarvan wordt voorspeld dat ze de grootste entertainmentwaarde voor de individuele gebruiker opleveren.³⁰⁴

De For You Feed, samen met de ontwerpkeuzes die gebruikers op het scherm gericht houden zoals de mogelijkheid om te liken en likes krijgen, de frequente notificaties en de eindeloze stroom aan inhoud maken dat TikTok, volgens het onderzoek van Amnesty International, een verslavende dienst is.³⁰⁵

Het onderzoek van Amnesty International geeft aan dat intensief onderzoek naar hoe het overmatig gebruik van social media de hersenstructuren kan veranderen, zich nog in een vroeg stadium bevindt, maar kleine studies wijzen op enkele overeenkomsten in waargenomen veranderingen in de hersenen tussen middelenverslavingen (bijvoorbeeld cocaïne) en verslavend gebruik van social media zoals TikTok. Beide veroorzaken de afgifte van hoge niveaus van dopamine, wat leidt tot een tijdelijke emotionele 'high', waardoor de gebruiker zich vervolgens 'laag' voelt zodra hij stopt met het gebruik van het platform.³⁰⁶ De Europese Commissie is in 2024 een officiële procedure gestart tegen TikTok onder de DDV over gebieden die verband houden met de bescherming van minderjarigen, transparantie van advertenties, toegang tot data voor onderzoekers en het risicobeheer van verslavend ontwerp en schadelijke inhoud.³⁰⁷ De procedure gaat bijvoorbeeld over het ontwerp van algoritmes die gedragsverslavingen kunnen stimuleren en zogenoemde 'rabbit hole'-effecten kunnen creëren. Dit kan risico's vormen voor het fysieke en mentale welzijn van personen, de rechten van het kind en radicaliseringsprocessen. De uitkomsten van dit onderzoek zullen de bovenstaande onderzoeken bevestigen of ontkrachten.

Risico-inschatting: oordeel van de onderzoekers

Zojuist hebben we een beschrijving van het risico gepresenteerd. Op basis hiervan vraagt de KIA-handleiding een risico-inschatting te geven. Bij de risico-inschatting moeten zowel de kans als de impact van het risico geëvalueerd worden. Bij de kans beschrijven we hoe waarschijnlijk het is dat het risico zich voordoet. Bij de impact beschrijven we de ernst van de gevolgen als het risico zich voordoet.

Daarnaast stelt de KIA-handleiding dat de risicoclassificatie moet worden gebaseerd op het brutorisico dat kinderen lopen, zonder rekening te houden met risicobeperkende maatregelen. Bij de risico-inschatting gaan wij dus uit van het risico dat kinderen lopen wanneer ze TikTok gebruiken, zonder dat er risicobeperkende maatregelen zijn genomen. Huidige maatregelen die reeds door TikTok getroffen zijn, nemen we in onze analyse daardoor niet mee. In bovenstaande risicoparagraaf hebben wij de risico's en de gevolgen hier van beschreven. Dit betreft het brutorisico.

Deze risico-inschatting is gebaseerd op de (wetenschappelijke) literatuur die wij binnen de reikwijdte van dit onderzoek hebben gevonden. Bovendien is niet alle benodigde informatie beschikbaar, aangezien over sommige onderwerpen onderzoek over het specifieke platform ontbreekt en er alleen onderzoek naar social media in het algemeen is gedaan. Daarom dient deze risico-inschatting te worden gelezen met inachtneming van dit voorbehoud.

302 Amnesty International. (2023, 7 november). *Driven into Darkness: How TikTok's 'For You' Feed Encourages Self-Harm and Suicidal Ideation*. Available at: <https://www.amnesty.org/en/documents/POL40/7350/2023/en/>, geraadpleegd op 19 november 2024

303 TikTok (Z.d.) [How TikTok recommends content | TikTok Help Center](#) – How content is recommended across TikTok – For You

304 Amnesty International. (2023, 7 november). *Driven into Darkness: How TikTok's 'For You' Feed Encourages Self-Harm and Suicidal Ideation*. Available at: <https://www.amnesty.org/en/documents/POL40/7350/2023/en/>, geraadpleegd op 19 november 2024

305 Amnesty International. (2023, 7 november). *Driven into Darkness: How TikTok's 'For You' Feed Encourages Self-Harm and Suicidal Ideation*. Available at: <https://www.amnesty.org/en/documents/POL40/7350/2023/en/>, geraadpleegd op 19 november 2024

306 Amnesty International. (2023, 7 november). *Driven into Darkness: How TikTok's 'For You' Feed Encourages Self-Harm and Suicidal Ideation*. Available at: <https://www.amnesty.org/en/documents/POL40/7350/2023/en/>, geraadpleegd op 19 november 2024

307 European Commission. (2024). *TikTok and the Digital Services Act: Formal proceedings initiated*. Geraadpleegd op 19 november 2024, van https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_24_926

Kans

De Europese Commissie is een officiële procedure gestart voor het risicobeheer van het verslavende ontwerp van TikTok. Bovendien maken alle gebruikers op TikTok gebruik van het recommender system van het platform. Onder deze gebruikers zijn ook veel kinderen. Daarnaast is beschreven dat TikTok op dit moment enkel gebruik maakt van zelfverklaring waardoor de mogelijkheid bestaat dat kinderen 18+ accounts aanmaken wanneer zij een foutieve leeftijd doorgeven. Dit betekent dat deze kinderen in mindere mate beschermd worden. Tegelijkertijd kunnen wij als onderzoekers op basis van de door ons geraadpleegde bronnen niet beoordelen hoe groot de kans is dat kinderen een meerderjarige leeftijd opgeven en/of in aanraking komen met deceptive designs en dark patterns op TikTok. Om die reden kunnen wij geen taxatie maken van de kans.

Impact

De aanbevelingssysteem kunnen ervoor zorgen dat kinderen met zeer schadelijke content te maken krijgen zoals zelfdoding en gevaarlijke challenges. Uit de gevonden bronnen blijkt dat er sterke indicatie is dat de geavanceerde technologieën die TikTok inzet grote impact hebben op het welzijn van kinderen. Deze schadelijke gevolgen van de inzet van deze technologieën op het welzijn en de gezondheid van kinderen zijn wetenschappelijk aangetoond en verder uitgewerkt in 3.7.

Als deze geavanceerde technologierisico's zich voordoen, zijn er duidelijke indicaties te vinden in de onderzochte literatuur dat de gevolgen van het brutorisico (zonder rekening te houden met risicobeperkende maatregelen) groot kunnen zijn. Echter, vanwege het gebrek aan voldoende informatie over de kans dat een risico zich voordoet, hebben we besloten om de inschaling van de impact in de categorieën laag, midden of hoog achterwege te laten. Op deze manier voorkomen we dat er een vertekend beeld ontstaat over de totale beoordeling van de risico-inschatting.

Conclusie

Zoals gesteld, vraagt het KIA om een risico-inschatting te geven. Doordat we geen beoordeling hebben kunnen maken van de kans, kunnen we geen eindoordeel geven over de risico-inschatting.

Kans	Impact	Risico-inschatting
------	--------	--------------------

3.6 *Privacyrisico's: Tot welke vormen van inbreuk op de privacy van kinderen kan het ontwerp of het gebruik van de digitale dienst leiden? Inbreuken op de privacy van kinderen omvatten mede willekeurige of onrechtmatige inmenging in het privéleven en de communicatie van het kind, het onwettig verwerken van persoonsgegevens van het kind of (mogelijke) aantasting van de integriteit, eer of reputatie van het kind.*

Inleiding

De KIA-handleiding stelt dat alle vragen in hoofdstuk 3 dezelfde structuur volgen: (1) beschrijving van het risico en (2) een risico-inschatting.

Bij het beschrijven van het risico hanteren wij de volgende opzet. Eerst beschrijven we het risico op socialmediaplatformen in het algemeen. Daarna specificeren we het risico voor TikTok. Binnen de reikwijdte van dit onderzoek kon niet de volledige breedte van privacyrisico's worden meegenomen. We hebben per risicocategorie een aantal onderwerpen geselecteerd om mee te nemen in het assessment. Zie het hoofdstuk 'Selectie van onderwerpen voor de risicoanalyse' in de onderzoeksrapportage voor nadere onderbouwing van de keuze van de onderwerpen.

Onder het risico 'privacy' gaan wij in op het onderwerp: **commerciële profilering**.

Bij de risico-inschatting wordt ons door de KIA-handleiding gevraagd om de *kans* en de *impact* van het risico te beschrijven. Bij kans beschrijven we de waarschijnlijkheid dat het risico zich voordoet. Bij impact beschrijven we de ernst en de gevolgen van het risico als het zich voordoet.

Privacyrisico's

In de handleiding van de KIA worden privacyrisico's gelinkt aan de verwerking van persoonsgegevens van kinderen. Daarnaast geeft de handleiding aan dat inbreuken op de privacy van kinderen verschillende situaties kan omvatten, te weten:

- Willekeurige of onrechtmatige inmenging in het privéleven en de communicatie van het kind
- Onrechtmatige verwerking van de persoonsgegevens van het kind betreft
- (Potentiële) aantasting van de integriteit, eer of reputatie van het kind.

De verwerking van persoonsgegevens is inherent aan het gebruik van social media. Hierbij kan een onderscheid worden gemaakt tussen gegevens die gebruikers zelf delen en gegevens die door de diensten worden verzameld. De verwerking van persoonsgegevens op socialmediaplatformen kan aanzienlijke gevolgen hebben voor de privacy van kinderen. Vanuit dit perspectief kunnen verschillende privacyrisico's worden geïdentificeerd. Echter, binnen het kader van dit KIA richten we ons op het risico van commerciële profilering.³⁰⁸

1. Commerciële profilering op social media in het algemeen

Het juridische kader van het KIA definieert profilering als volgt: 'Elke vorm van geautomatiseerde verwerking van persoonsgegevens bestaande uit het gebruik van persoonsgegevens om bepaalde persoonlijke aspecten met betrekking tot een natuurlijke persoon te beoordelen, in het bijzonder om aspecten met betrekking tot de werkprestaties, economische situatie, gezondheid, persoonlijke voorkeuren, interesses, betrouwbaarheid, gedrag, locatie of verplaatsingen van die natuurlijke persoon te analyseren of te voorspellen.'³⁰⁹

De EDPB betoogt in een richtsnoer over social media dat mechanismen die worden gebruikt om gebruikers van socialmediaplatformen te benaderen en de verwerkingsactiviteiten die daartoe behoren (bijvoorbeeld targeting) aanzienlijke risico's met zich meebrengen.³¹⁰ Bij kinderen is de kans dat de eerder genoemde risico's een negatieve impact hebben mogelijk nog groter, zoals erkend en expliciet beschreven in de overwegingen van de AVG. Overweging 38 van de AVG licht toe dat kinderen extra bescherming dienen te krijgen om te waarborgen dat hun grondrechten voldoende worden beschermd vanwege de kwetsbare positie die zij hebben in de maatschappij.³¹¹ Meer specifiek signaleert de EDPB de volgende risico's:

- Targeting van gebruikers gaat vaak verder dan de redelijke verwachtingen van de betrokken personen, bijvoorbeeld door het gebruiken van gegevens uit externe bronnen die niet (bewust) zijn verstrekt door de gebruiker. Een gebrek aan transparantie hierover belemmert, compliceert en ondermijnt mogelijk de gebruiker bij het uitoefenen van zijn of haar rechten.
- Targeting kan leiden tot discriminatie en uitsluiting van gebruikers. In de praktijk worden bij targeting vaak criteria gehanteerd die direct of indirect discriminerende gevolgen hebben met betrekking tot iemands ras, etniciteit, gezondheid, of seksuele geaardheid. Dergelijke risico's vloeien voort uit de mogelijkheid voor adverteerders om gebruik te maken van de grote hoeveelheid sterk uiteenlopende persoonsgegevens. Onderzoeken laten zien dat het risico van discriminerende effecten ook aanwezig is wanneer gegevens worden gebruikt die niet kwalificeren als bijzondere persoonsgegevens.³¹²
- Gebruikers kunnen door targeting mogelijk gemanipuleerd worden. Een analyse van de via social media gedeelde inhoud kan informatie over diens gemoedstoestand opleveren. Dergelijke informatie kan gebruikt worden om diegene op specifieke momenten te benaderen en op deze wijze de denkprocessen, gevoelens of gedrag heimelijk beïnvloeden.³¹³
- De mechanismen van targeting kunnen bovendien gebruikt worden om ongepast invloed uit te oefenen door middel van politieke boodschappen die gebruikers ontvangen. Wanneer polariserende

³⁰⁸ We hebben per risicocategorie een aantal onderwerpen geselecteerd om mee te nemen in het assessment.

Zie het document 'Selectie van onderwerpen voor risico analyse' voor nadere onderbouwing.

³⁰⁹ Impact- en juridische analyse t.b.v. de ontwikkeling van het KIA, p. 3

³¹⁰ European Data Protection Board. (2021). *Guidelines 8/2020 on the targeting of social media users*. Available at:

https://www.edpb.europa.eu/system/files/2021-11/edpb_guidelines_o82020_on_the_targeting_of_social_media_users_nl_o.pdf

³¹¹ Overweging 38 AVG

³¹² Speicher, T., Ali, M., Venkatadri, G., Ribeiro, F. N., Arvanitakis, G., Benevenuto, F., Gummadi, K. P., Loiseau, P., & Mislove, A. (2018). Potential for Discrimination in Online Targeted Advertising. *Proceedings of the 1st Conference on Fairness, Accountability and Transparency*, in *Proceedings of Machine Learning Research*, 81, 5–19. Available at: <https://proceedings.mlr.press/v81/speicher18a.html>

³¹³ Kramer, A. D. I., Guillory, J. E., & Hancock, J. T. (2014). Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America (PNAS)*, 111(24), 8788–8790. <https://doi.org/10.1073/pnas.1320040111>. Available at: <https://www.pnas.org/content/111/24/8788>

boodschappen of onjuiste berichten (desinformatie) aan specifieke personen worden gestuurd en er weinig of geen context wordt gegeven of er niet of nauwelijks andere standpunten worden vermeld, kan het gebruik van targetingmechanismen het democratische verkiezingsproces ondermijnen.³¹⁴

- Het targetten van gebruikers op basis van gegevens die buiten het platform zijn verzameld kunnen mensen het gevoel geven dat hun gedrag systematisch wordt gemonitord. Dit heeft mogelijk een negatieve impact op de vrijheid van meningsuiting en toegang tot informatie van gebruikers.

De zojuist benoemde risico's zijn zeker van toepassing bij kinderen. De EDPB geeft zelfs aan dat targeting de vorming van de persoonlijke voorkeuren en interesses van kinderen kan beïnvloeden, waardoor uiteindelijk hun zelfstandigheid en hun recht op ontwikkeling worden aangetast.³¹⁵

Commerciële profilering op TikTok

In juli 2023 heeft TikTok gepersonaliseerde advertenties op basis van hun activiteiten op of buiten TikTok beperkt voor gebruikers van 13 tot 17 jaar in de Europese Economische Ruimte.³¹⁶ Echter bestaat het risico dat tieners een account hebben voor meerderjarigen. Daarom beschrijven we hieronder de risico's die gerelateerd zijn aan commerciële profilering van kinderen op TikTok.

Het online adverteren en targetten van gebruikers wordt volgens Amnesty International door TikTok als volgt ingezet³¹⁷:

1. **Expliciete gerichte advertenties.** Gebruikt persoonlijke gegevens zoals leeftijd, geslacht en locatie om advertenties te richten.
2. **Individuele gepersonaliseerde targeting.** Gebruikt zowel gedeelde als voorspelde persoonlijke gegevens om zeer gepersonaliseerde advertenties te maken.
3. **Lookalike targeting.** Gebruikt gegevens van bestaande doelgroepen om vergelijkbare gebruikers te vinden en hen met advertenties te targetten.

In het rapport van Amnesty International wordt ook gerefereerd naar de uitspraken van het Europees Hof voor de Rechten van de Mens (EHRM). In deze uitspraken heeft het hof erkend dat de bescherming van persoonsgegevens essentieel is voor het recht op privacy en informatie-zelfbeschikking. Echter, stelt Amnesty International, socialmediabedrijven zoals TikTok maken de toegang tot hun diensten afhankelijk van de toestemming van gebruikers voor de verwerking en soms het delen van hun persoonlijke gegevens voor marketing en advertenties.³¹⁸

TikTok verzamelt de locatiegegevens, taalgegevens en demografische gegevens die de gebruiker verstrekt voor alle advertenties.³¹⁹ Voor gepersonaliseerde advertenties gebruikt TikTok demografische gegevens die zij afleiden en gegevens over interesses en gedrag. De laatste categorie betreft de activiteiten van de gebruikers op en buiten TikTok. Ook zijn er samenwerkingspartners die informatie met TikTok delen.³²⁰ Onderzoekers stellen dat de gegevensverzameling van TikTok verontrustend is wanneer deze wordt gebruikt voor kinderen. Deze gegevensverzameling wordt ook gebruikt om de 'For Your Feed' te genereren.³²¹ Johnson stelt in zijn onderzoek dat de app de volgende informatie gebruikt: locatiegegevens, internetadres, toetsaanslagpatronen, type apparaat, browse- en zoekgeschiedenis, inhoud van uitgewisselde berichten, telefoonnummer, telefoonboek, contacten op sociale netwerken, GPS-gegevens, leeftijd, gegenereerde content, gelikte video's, gedeelde

314 Zie ook Richtsnoeren van de Commissie voor de toepassing van de EU-gegevensbeschermingswetgeving in het kader van verkiezingen, Een bijdrage van de Europese Commissie aan de bijeenkomst van leiders in Salzburg, Europese Commissie, 19-20 september 2018. Zie ook Neudert, L. M., & Marchal, N. M. (2019). *Polarisation and the use of technology in political campaigns and communication*. European Parliamentary Research Service, blz. 22-24. Available at: https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/634414/EPRS_STU%2019%29634414_EN.pdf

315 Richtsnoeren 8/2020 betreffende de targeting van gebruikers van sociale media, p. 8

316 TikTok (oktober 2024) <https://ads.tiktok.com/help/article/protecting-minors-on-tiktok-advertising-initiatives> Geraadpleegd op 22 oktober 2024.

317 Amnesty International. (2023, 7 november). "I Feel Exposed": Caught in TikTok's Surveillance Web. Available at: <https://www.amnesty.org/en/documents/POL40/7349/2023/en/> Amnesty International (7 november 2023) "I Feel Exposed": Caught in TikTok's Surveillance Web - Amnesty International, geraadpleegd 19 november 2024

318 Amnesty International. (2023, 7 november). "I Feel Exposed": Caught in TikTok's Surveillance Web. (p.7.) Available at: <https://www.amnesty.org/en/documents/POL40/7349/2023/en/>, geraadpleegd 19 november 2024

319 TikTok (z.d.) [Privacycentrum - Advertenties en je gegevens | TikTok](#) Geraadpleegd op 22 oktober 2024.

320 TikTok (z.d.) [Privacycentrum - Advertenties en je gegevens | TikTok](#) Geraadpleegd op 22 oktober 2024.

321 Hadley Johnson (2022). *Marketing Research and Children's Consumer Privacy Rights: A Battle in the Digital Age*. Child and Family Law Journal, 10(1), 5. Available at: <https://lawpublications.barry.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1059&context=cfj> p. 166.

video's, helemaal bekeken video's, opnieuw bekeken video's.³²² Onderzoeker Johnson schrijft dit uiterst verontrustend te vinden, omdat kinderen niet begrijpen in hoeverre hun informatie wordt verzameld en welke consequenties dat heeft.³²³

Uit onderzoek van Amnesty International is gebleken dat kinderen waarde hechten aan de bescherming van hun privacy en waardigheid in de digitale wereld, maar dat ze de gevolgen van grootschalige privacyschendingen niet begrijpen en vaak niet precies begrijpen waar ze 'ja' op zeggen als ze een account aanmaken en de privacy terms accepteren op TikTok.³²⁴

Risico-inschatting: oordeel van de onderzoekers

Zojuist hebben we een beschrijving van het risico gepresenteerd. Op basis hiervan vraagt de KIA-handleiding een risico-inschatting te geven. Bij de risico-inschatting moeten zowel de kans als de impact van het risico geëvalueerd worden. Bij de kans beschrijven we hoe waarschijnlijk het is dat het risico zich voordoet. Bij de impact beschrijven we de ernst van de gevolgen als het risico zich voordoet.

Daarnaast stelt de KIA-handleiding dat de risicoclassificatie moet worden gebaseerd op het brutorisico dat kinderen lopen, zonder rekening te houden met risicobeperkende maatregelen. Bij de risico-inschatting gaan wij dus uit van het risico dat kinderen lopen wanneer ze TikTok gebruiken, zonder dat er risicobeperkende maatregelen zijn genomen. Huidige maatregelen die reeds door TikTok getroffen zijn, nemen we in onze analyse daardoor niet mee. In bovenstaande risicoparagraaf hebben wij de risico's en de gevolgen hier van beschreven. Dit betreft het brutorisico.

Deze risico-inschatting is gebaseerd op de (wetenschappelijke) literatuur die wij binnen de reikwijdte van dit onderzoek hebben gevonden. Bovendien is niet alle benodigde informatie beschikbaar, aangezien over sommige onderwerpen onderzoek over het specifieke platform ontbreekt en er alleen onderzoek naar social media in het algemeen is gedaan. Daarom dient deze risico-inschatting te worden gelezen met inachtneming van dit voorbehoud.

Kans

Wij kunnen als onderzoekers op basis van de door ons geraadpleegde bronnen niet beoordelen hoe groot de kans is dat kinderen in aanraking komen met commerciële profilering op TikTok. Om die reden kunnen wij geen taxatie maken van de kans.

Impact

Privacyrisico's kunnen potentieel schadelijke gevolgen hebben voor de rechten van het kind alsook het welzijn van kinderen. Deze schadelijke gevolgen zijn wetenschappelijk aangetoond. Targetting kan leiden tot discriminatie en uitsluiting van gebruikers. Ook kan het leiden tot manipulatie en gebruikt worden om ongepast invloed uit te oefenen door middel van politieke boodschappen die gebruikers ontvangen. Daarnaast heeft commerciële profilering mogelijk een negatieve impact op de vrijheid van meningsuiting en toegang tot informatie van gebruikers.

Als deze privacyrisico's zich voordoen, zijn er duidelijke indicaties te vinden in de onderzochte literatuur dat de gevolgen van het brutorisico (zonder rekening te houden met risicobeperkende maatregelen) groot kunnen zijn. Echter, vanwege het gebrek aan voldoende informatie over de kans dat een risico zich voordoet, hebben we besloten om de inschaling van de impact in de categorieën laag, midden of hoog achterwege te laten. Op deze manier voorkomen we dat er een vertekend beeld ontstaat over de totale beoordeling van de risico-inschatting.

322 Hadley Johnson (2022). Marketing Research and and Children's Consumer Consumer Privacy Rights: A Battle in the Digital Age. Child and Family Law Journal, 10(1), 5. Available at: <https://lawpublications.barry.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1059&context=cflj> p. 166.

323 Hadley Johnson (2022). Marketing Research and and Children's Consumer Consumer Privacy Rights: A Battle in the Digital Age. Child and Family Law Journal, 10(1), 5. Available at: <https://lawpublications.barry.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1059&context=cflj> p. 166.

324 Amnesty International. (2023, 7 november). "I Feel Exposed": Caught in TikTok's Surveillance Web. Available at: <https://www.amnesty.org/en/documents/POL40/7349/2023/en/>, geraadpleegd 19 november 2024

Conclusie

Zoals gesteld, vraagt het KIA om een risico-inschatting te geven. Doordat we geen beoordeling hebben kunnen maken van de kans, kunnen we geen eendoordeel geven over de risico-inschatting.

Kans	Impact	Risico-inschatting
------	--------	--------------------

3.7 *Gezondheidsrisico's: Tot welke mogelijke schade aan de mentale, emotionele of fysieke gezondheid van kinderen kan het gebruik van de digitale dienst leiden, ook rekening houdend met hun ontwikkelende vermogens?*

Inleiding

De KIA-handleiding stelt dat alle vragen in hoofdstuk 3 dezelfde structuur volgen: (1) beschrijving van het risico en (2) een risico-inschatting.

Bij het beschrijven van het risico hanteren wij de volgende opzet. Eerst beschrijven we het risico op socialmediaplatformen in het algemeen. Daarna specificeren we het risico voor TikTok. Binnen de reikwijdte van dit onderzoek kon niet de volledige breedte van gezondheidsrisico's worden meegenomen. We hebben per risicocategorie een aantal onderwerpen geselecteerd om mee te nemen in het assessment. Zie het hoofdstuk 'Selectie van onderwerpen voor de risicoanalyse' in de onderzoeksrapportage voor nadere onderbouwing van de keuze van de onderwerpen.

Onder het risico 'gezondheid' gaan wij in op twee onderwerpen: **1) mentale gezondheid** en **2) fysieke gezondheid**. Dit onderscheid maken we op basis van de categorisering van het Trimbos-instituut (Trimbos-instituut, 2023).³²⁵

Gezondheidsrisico's

In de KIA-handleiding is beschreven dat gezondheidsrisico's voor kinderen inherent zijn aan de keuzes in het specifieke ontwerp van de digitale dienst waar kinderen gebruik van maken. Binnen de paragraaf 'gezondheidsrisico's' gaan we in op de effecten die het gebruik van socialmediaplatformen kan hebben op de gezondheid van kinderen.

1. Mentale gezondheid op social media in het algemeen**Hypersensitief op sociale feedback**

De ontwikkeling van het brein van pubers vanaf 10 jaar wordt door wetenschappers gekoppeld aan hypersensitiviteit voor sociale feedback/stimulans. Het gedrag van jongeren is veelal gericht op het verkrijgen van gepersonaliseerde feedback, lof of aandacht van leeftijdsgenoten. De wijze waarop platformen zijn vormgegeven en ontworpen dragen direct bij aan het versterken van deze hypersensitiviteit. Een voorbeeld is het bijhouden van likes en volgers wat repetitief gedrag triggert. De hoeveelheid likes of volgers die een kind ontvangt/heeft kan bijdragen aan zowel positieve sociale feedback als het gevoel van afwijzing. Het bijhouden van deze aantallen om betrokkenheid op het platform te behouden, leidt tot het vergroten van kwetsbaarheden bij jongeren en leidt vervolgens vaak tot het problematisch gebruik van social media.³²⁶ Problematisch socialmediagebruik kan grote negatieve effecten hebben op kinderen.

³²⁵ Tuijnman, A., & Van Rooij, A. J. (2023). Bijdrage Trimbos-instituut voor het rondetafelgesprek inzake De impact van intensief gebruik van digitale technologieën en middelen (bijvoorbeeld social media) op het welzijn van kinderen, jongeren, het gezin en de samenleving als geheel. Trimbos-instituut.

³²⁶ American Psychological Association. (2024). Potential Risks of Content, Features, and Functions: The Science Behind How Social Media Affects Youth. Available at: <https://www.apa.org/topics/social-media-internet/psychological-science-behind-youth-social-media.pdf>. Geraadpleegd op 7 oktober 2024.

Invloed van intens en problematisch socialmediagebruik

In diverse wetenschappelijke onderzoeken wordt onderscheid gemaakt tussen twee verschillende soorten socialmediagebruik: 'intense social media use' en 'problematic social media use'. Waarbij intens socialmediagebruik zich richt op de tijd en frequentie van het gebruik, is problematisch socialmediagebruik meer gericht op verslaving zoals verlies van controle van het gebruik en totaal in beslag genomen worden door social media.³²⁷ Hoog intens gebruik van social media wordt gezien als een integraal onderdeel van het leven van kinderen.³²⁸

Kinderen en adolescenten met problematisch socialmediagebruik maken vaak ook intens gebruik van social media. Andersom hoeft dit niet zo te zijn aldus Boer, et al.³²⁹ Intens gebruik brengt echter ook risico's met zich mee, omdat het kan leiden tot de ontwikkeling van problematisch gebruik. Problematisch gebruik kan weer leiden tot negatieve effecten op mentale gezondheid, levenstevredenheid en depressiviteit.³³⁰ De meta-analyse van Cunningham, et al.³³¹ onderschrijft deze bevindingen. Problematisch socialmediagebruik door adolescenten wordt gezien als het primaire construct dat de relatie tussen socialmediagebruik en depressie aantoont, meer dan de tijd of frequentie gespendeerd op sociale netwerken.

Adolescenten met mentale gezondheidsproblemen zijn sneller geneigd om passief gebruik te maken van social media, zogenoemd lurking in het artikel van Odgers & Jensen.³³² Dit draagt niet bij aan het onderhouden en versterken van vriendschappen, zoals die ontwikkeling bij mentaal gezonde kinderen wel wordt gezien. Uit onderzoek van Beyens, et al.³³³ blijkt dat het passief gebruik maken van social media ook kan resulteren in plezier door het bekijken van grappige content en daarmee heeft het minder negatief effect op het welzijn van adolescenten. Jongeren die offline kwetsbaar, angstig of gestrest zijn, of gepest worden, zijn kwetsbaarder voor de invloed van social media.³³⁴

Het zelfbeeld en sociale vergelijking op social media

Zelfonthulling is het posten van content van iemand zelf, denk hierbij aan selfies of video's. De motivatie om content over jezelf te delen kan volgens Lua & Hancock zowel interpersoonlijk of intra-persoonlijk zijn. Interpersoonlijke motivatie is gericht op het onderhouden van relaties of het zoeken van sociale validatie. Intra-persoonlijke motivatie is gericht op zelfexpressie of het valideren van de eigen identiteit. Het onderzoek van Lua & Hancock toont goed aan dat zelfonthulling zowel een positief als negatief effect kan hebben op het welzijn. Ze concluderen een bi-directionele relatie tussen zelfonthulling op social media en het psychologisch welzijn. Deze relatie wordt beïnvloed door verschillende mechanismen en motivaties.³³⁵ Vooral activiteiten waarbij foto's of video's worden gedeeld of bekeken, hebben een sterkere invloed op het lichaamsbeeld dan de totale tijd die aan social media wordt besteed, stellen Harriger et al.³³⁶

327 Boer, M., Stevens, G. W., Finkenauer, C., de Looze, M. E., & van den Eijnden, R. J. (2021). Social media use intensity, social media use problems, and mental health among adolescents: Investigating directionality and mediating processes. *Computers in Human Behavior*, p. 1. doi:<https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106645>

328 Boer, M., Stevens, G. W., Finkenauer, C., de Looze, M. E., & van den Eijnden, R. J. (2021). Social media use intensity, social media use problems, and mental health among adolescents: Investigating directionality and mediating processes. *Computers in Human Behavior*, p. 9. doi:<https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106645>

329 Boer, M., Stevens, G. W., Finkenauer, C., de Looze, M. E., & van den Eijnden, R. J. (2021). Social media use intensity, social media use problems, and mental health among adolescents: Investigating directionality and mediating processes. *Computers in Human Behavior*, p. 1. doi:<https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106645>

330 Boer, M., Stevens, G. W., Finkenauer, C., de Looze, M. E., & van den Eijnden, R. J. (2021). Social media use intensity, social media use problems, and mental health among adolescents: Investigating directionality and mediating processes. *Computers in Human Behavior*, p. 9-10. doi:<https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106645>

331 Cunningham, S., Hudson, C. C., & Harkness, K. (2021, januari 6). Social Media and Depression Symptoms: a Meta-Analysis. *Research on Child and Adolescent Psychopathology*, pp. 241-253. doi:<https://doi.org/10.1007/s10802-020-00715-7>

332 Odgers, C. L., & Jensen, M. R. (2020). Annual Research Review: Adolescent mental health in the digital age: facts, fears, and future directions. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, p. 26. doi:<https://doi.org/10.1111/jcpp.13190>

333 Beyens, I., Pouwels, L. J., van Driel, I. I., Keijsers, L., & Valkenburg, P. M. (2020). The effect of social media on well-being differs from adolescent to adolescent. *Scientific Reports*, p. 11. doi:<https://doi.org/10.1038/s41598-020-67727-7>

334 Valkenburg, P. D., van der Wal, D. A., & Beyens, D. I. (2023, december). SCHERMGEELUK EN SCHERMVERDRIET: De invloed van social media op de gezondheid van jongeren. Unicef-Essayreeks: Kinderrechten in de digitale wereld, pp. 1-15. Opgeroepen op augustus 13, 2024

335 Luo, M., & Hancock, J. T. (2020). Self-disclosure and social media: motivations, mechanisms and psychological well-being. *Psychology*, pp. 110-115. doi:<https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2019.08.019>

336 Harriger, J. A., Thompson, K. J., & Tiggemann, M. (2023). TikTok, TikTok, the time is now: Future directions in social media and body image. *Body Image*, pp. 222-226. doi:<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.01.005>

Onderzoek toont aan dat het gebruik van social media samenhangt met meer ontevredenheid over het eigen lichaam en een verhoogd risico op eetstoornissen.³³⁷ Het onderzoek van Van der Wal, et al. (2023)³³⁸ toont aan dat 40% van de Nederlandse jongeren die social media gebruikt vindt dat social media een slechte invloed heeft op hun eigen zelfbeeld. Van de meisjes is dit zelfs de helft.³³⁹ Sociale vergelijking is een intercultureel fenomeen die bij elk kind plaatsvindt. De sociale vergelijking biedt waardevolle informatie op hoe je te gedragen tegenover peers. Op social media vergelijkt men zich echter met mensen die onszelf overtreffen en die beter lijken te presteren. Kross, et al. noemen dit 'upward social comparison'. Dit leidt weer tot gevoelens als jaloezie en angst.³⁴⁰

Adolescenten met problematisch socialmediagebruik zijn meer bezig met upward social comparisons. Gedreven door het verkrijgen van een potentiële sociale beloning hebben ze de neiging zich meer bloot te geven op social media. Zichzelf blootgeven kan hen vervolgens ook kwetsbaarder maken voor cyberpesten.³⁴¹ Upward social comparison wordt ook geassocieerd met de opkomst van 'fear of missing out' (FOMO), zinloosheid en ontevredenheid over het eigen zelfbeeld.³⁴² FOMO wordt in verband gebracht met een hoge frequentie van problematisch socialmediagebruik, alsook ernstige angst, depressie en een lagere waargenomen kwaliteit van leven. FOMO is een fenomeen dat veelal bij jongeren en vrouwen wordt waargenomen.³⁴³ In het onderzoek van Van der Wal, Beyens, Janssen en Valkenburg (2024) wordt de oorzaak van een negatief zelfbeeld toegekend aan zelfconceptconsistentie (self-concept clarity, SCC).³⁴⁴ SCC weerspiegelt hoe duidelijk en zelfverzekerd het zelfconcept van een individu is gedefinieerd, en hoe consistent en stabiel het is en blijft in de loop van de tijd. Adolescenten met een sterke zelfconceptconsistentie worden doorgaans minder beïnvloed door hun omgeving en zijn daardoor mogelijk minder vatbaar voor de negatieve effecten van social media. Daarentegen kunnen jongeren met een zwakke zelfconceptconsistentie moeite hebben om de inhoud van social media te verenigen met hun instabiele zelfbeeld, wat hun mentale gezondheid negatief kan beïnvloeden. Hierdoor kunnen adolescenten met een lagere zelfconceptconsistentie meer negatieve gevolgen en innerlijke conflicten ervaren, terwijl degenen met een hogere zelfconceptconsistentie eerder neutrale of positieve effecten ondervinden.³⁴⁵

Een voorbeeld van content met negatieve effecten op het zelfbeeld zijn trends. Trends betreffen bepaalde soorten content die de aandacht trekken van een breed publiek en die gemakkelijk verspreid kunnen worden over alle platformen. Deze trends kunnen inspirerend zijn, maar ook risico's met zich meebrengen. Een voorbeeld hiervan is de 'That Girl'-trend waarbij influencers hun ochtend- en avondroutine filmen, met skincaroutines, sporten, meditatie en perfecte foto's. Hiermee zetten ze een ideaalbeeld neer met de boodschap dat iedereen dit kan bereiken met genoeg discipline. Het doet denken dat de perfecte wereld maakbaar is. 'That Girl'-video's worden wereldwijd 4 miljard keer bekeken. Vergelijkbare trends zijn de 'fitgirl'- en 'girlboss'-trends.^{346, 347}

337 Harriger, J. A., Thompson, K. J., & Tiggemann, M. (2023). TikTok, TikTok, the time is now: Future directions in social media and body image. *Body Image*, pp. 222-226. doi:<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.01.005>

338 Van der Wal, A., Janssen, L., Bij de Vaate, A., Beyens, I., & Valkenburg, P. (2023). De plussen en minnen van social media. Jongeren aan het woord. Center for Research on Children, Adolescents, and the Media. Universiteit van Amsterdam. Opgeroepen op augustus 26, 2024

339 Van der Wal, A., Janssen, L., Bij de Vaate, A., Beyens, I., & Valkenburg, P. (2023). De plussen en minnen van social media. Jongeren aan het woord. Center for Research on Children, Adolescents, and the Media. Universiteit van Amsterdam. Opgeroepen op augustus 26, 2024

340 Kross, E., Verduyn, P., Sheppes, G., Costello, C. K., Jonides, J., & Ybarra, O. (2021, January). Social Media and Well-Being: Pitfalls, Progress, and Next Steps. *Trends in Cognitive Sciences*, 1, pp. 55-66. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tics.2020.10.005>

341 Boer, M., Stevens, G. W., Finkenauer, C., de Looze, M. E., & van den Eijnden, R. J. (2021). Social media use intensity, social media use problems, and mental health among adolescents: Investigating directionality and mediating processes. *Computers in Human Behavior*, p. 17. doi:<https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106645>

342 Kross, E., Verduyn, P., Sheppes, G., Costello, C. K., Jonides, J., & Ybarra, O. (2021, January). Social Media and Well-Being: Pitfalls, Progress, and Next Steps. *Trends in Cognitive Sciences*, 1, pp. 55-66. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tics.2020.10.005>

343 Elhai JD, Yang H, Montag C. Fear of missing out (FOMO): overview, theoretical underpinnings, and literature review on relations with severity of negative affectivity and problematic technology use. *Braz J Psychiatry*. 2021;43:203-209. <http://dx.doi.org/10.1590/1516-4446-2020-0870>

344 Van der Wal, A., Beyens, I., Janssen, L. H. C., & Valkenburg, P. M. (2024). *Social Media Use Leads to Negative Mental Health Outcomes for Most Adolescents*. Pre-Print Available at: <https://osf.io/preprints/psyarxiv/qeqrn>

345 Van der Wal, A., Beyens, I., Janssen, L. H. C., & Valkenburg, P. M. (2024). *Social Media Use Leads to Negative Mental Health Outcomes for Most Adolescents*. Pre-Print Available at: <https://osf.io/preprints/psyarxiv/qeqrn>

346 Hoogenraad, L. (2022, 22 april). *En je leidt er het perfecte leven*. NRC. Available at: <https://www.nrc.nl/nieuws/2022/04/22/en-je-leidt-er-het-perfecte-leven-a4115139>

347 Joshi, S. (2021, 9 september). *I Tried To Be TikTok's 'That Girl' for a Week*. VICE. Available at: <https://www.vice.com/en/article/tiktok-youtube-viral-trend-that-girl-internet-genz-challenge/>

‘Fitspiration’ omvat afbeeldingen en teksten die expliciet gericht zijn op het bevorderen van een gezonde levensstijl door middel van beweging en gezonde voeding. Hoewel de nadruk op welzijn positief lijkt, tonen inhoudelijke analyses van fitspiration-berichten aan dat ze vaak geïdealiseerde en geseksualiseerde lichamen laten zien en een restrictief eetpatroon en overmatige lichaamsbeweging aanmoedigen. Verschillende studies hebben aangetoond dat blootstelling aan deze fitspiration kan leiden tot een grotere ontevredenheid over het eigen lichaam.³⁴⁸ Daarnaast geven, zo blijkt uit het onderzoek van Van der Wal et al., vooral meisjes aan dat de constante stroom aan perfecte foto’s op social media leidt tot gevoelens van onzekerheid en jaloezie. Dit wordt geprobeerd tegen te gaan door andere accounts te volgen op Instagram die zich meer richten op bijvoorbeeld body positivity.³⁴⁹ Er is aangetoond dat alleen body positivitycontent een positief effect heeft op het eigen lichaamsbeeld.³⁵⁰

Mentale gezondheid op TikTok

Uit het recente onderzoek van Project AWeSome is gebleken dat socialmediagebruik tot negatieve uitkomsten op de mentale gezondheid leidt voor de meeste adolescenten.³⁵¹ Zij onderzochten het gebruik van TikTok, Instagram, YouTube, Snapchat en WhatsApp onder jongeren in Nederland. Uit het onderzoek kwam dat de effecten van social media op jongeren niet alleen persoon-specifiek zijn, maar ook platform-specifiek. TikTok is de meest gebruikte socialmediadienst onder de onderzochte jongeren. Uit het onderzoek blijkt dat tijd gespendeerd op TikTok een significant negatief effect heeft op de drie dimensies mentale gezondheid die zijn onderzocht: het welzijn, het zelfvertrouwen en de nabijheid van vriendschappen. 71,8% ervaart bij het gebruik van TikTok een negatief effect op het welzijn, 71,8% een negatief effect op het zelfvertrouwen en 71,5% ervaart een negatief effect op vriendschappen. Dit staat tegenover de ervaring van 4,2%, 4,7% en 2,8% van positieve effecten op respectievelijk het welzijn, het zelfvertrouwen en vriendschappen.³⁵²

Invloed op het zelfbeeld

TikTok-video’s die onrealistische weergaven van fysieke verschijningen tonen, kunnen schadelijk zijn voor hoe jonge vrouwen over hun lichaam denken en zich hierover voelen – en de impact kan erger zijn als de inhoud als onbewerkt en natuurlijk wordt gezien. Daar komt bij dat het algemene niveau van geseksualiseerd gedrag hoog is in de TikTok-community. Dergelijk gedrag wordt waarschijnlijk geïmiteerd door jonge gebruikers, die sensuele of provocerende dansen uitvoeren of zichzelf in badkleding of ondergoed laten zien.³⁵³

Onderzoekers Gurtala en Fardouly³⁵⁴ tonen aan dat zelfs een beetje blootstelling aan korte video’s waarin onbereikbare schoonheidsnormen worden getoond een negatief effect kunnen hebben op het zelfbeeld. Het leidt tot een afname van tevredenheid over het uiterlijk en een toename van negatieve stemming en zelfobjectivering. Dit geldt voornamelijk voor jonge meisjes. TikTok is volgens de onderzoekers een uiterlijk-georiënteerde omgeving met trends zoals dance challenges en make-up tutorials.³⁵⁵ Volgens het onderzoek van Van der Wal et al.³⁵⁶ geven vooral meisjes aan dat de constante stroom aan perfecte foto’s op social media leidt tot gevoelens van onzekerheid en jaloezie. Dit wordt geprobeerd tegen te gaan door andere accounts te volgen op TikTok die zich meer richten op bijvoorbeeld body positivity.

348 Vandenbosch, L., Fardouly, J., & Tiggemann, M. (2022). Social media and body image: Recent trends and future directions. *Current Opinion in Psychology*, 45, Article 101289. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.12.002>

349 Van der Wal, A., Janssen, L., Bij de Vaate, A., Beyens, I., & Valkenburg, P. (2023). De plussen en minnen van social media. Jongeren aan het woord. Center for Research on Children, Adolescents, and the Media. Universiteit van Amsterdam. Opgeroepen op augustus 26, 2024

350 Vandenbosch, L., Fardouly, J., & Tiggemann, M. (2022). Social media and body image: Recent trends and future directions. *Current Opinion in Psychology*, 45, Article 101289. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.12.002>

351 Van der Wal, A., Beyens, I., Janssen, L. H. C., & Valkenburg, P. M. (2024). *Social Media Use Leads to Negative Mental Health Outcomes for Most Adolescents*. Pre-Print Available at: <https://osf.io/preprints/psyarxiv/qe9rn>

352 Van der Wal, A., Beyens, I., Janssen, L. H. C., & Valkenburg, P. M. (2024). *Social Media Use Leads to Negative Mental Health Outcomes for Most Adolescents*. Pre-Print Available at: <https://osf.io/preprints/psyarxiv/qe9rn>

353 Schirmer, Voggenreiter, Pfeffer (2024, p2) [More Skin, More Likes! Measuring Child Exposure and User Engagement on TikTok, geraadpleegd op 19 november 2024](#)

354 Gurtala, J. C., & Fardouly, J. (2023). Does medium matter? Investigating the impact of viewing ideal image or short-form video content on young women’s body image, mood, and self-objectification. *Body Image*, 45(3), 123-134. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.06.005>

355 Gurtala, J. C., & Fardouly, J. (2023). Does medium matter? Investigating the impact of viewing ideal image or short-form video content on young women’s body image, mood, and self-objectification. *Body Image*, 45(3), 123-134. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.06.005>

356 Van der Wal, A., Beyens, I., Janssen, L. H. C., & Valkenburg, P. M. (2024). *Social Media Use Leads to Negative Mental Health Outcomes for Most Adolescents*. Pre-Print Available at: <https://osf.io/preprints/psyarxiv/qe9rn>

2. Fysieke gezondheid op social media in het algemeen

In deze paragraaf gaan we in op de invloed van socialmediagebruik op de fysieke gezondheid van kinderen. Volgens Abi-Joude, et al.³⁵⁷ kan intens gebruik van social media leiden tot chronisch slaapttekort en negatieve effecten hebben op cognitieve controle, academische resultaten en socio-emotioneel functioneren. Mentale klachten als gevolg van bijvoorbeeld FOMO kunnen weer leiden tot lichamelijke reacties zoals zweten, nervositeit en hartkloppingen.

Uit onderzoek van UvA-promovendus Teun Siebers³⁵⁸ blijkt dat jongeren gemiddeld 6,5 uur per dag op hun smartphone doorbrengen. Jongeren ervaren meer afleiding wanneer ze ook meer social media gebruiken. Jongeren bevinden zich in een kwetsbare fase waarin ze zich afzetten tegen het ouderlijk gezag, maar zelf nog niet de discipline hebben om de juiste gezonde keus te maken. Siebers heeft de impact van socialmediagebruik op de gezondheid van kinderen onderzocht. Het onderzoek is gebaseerd op het volgen van de daadwerkelijke activiteiten die jongeren op hun smartphone uitvoeren. De data zijn door middel van een trackingapp en het invullen van vragenlijsten verzameld. Een ruime meerderheid van de jongeren (77%) ervoerde meer afleiding op momenten dat ze meer tijd doorbrachten op social media. Het gaat om korte momenten, wat een gebruikspatroon van erge afleiding laat zien, wat leidt tot taakuitstel. Dit kortstondige gebruik wordt gestimuleerd door zintuinlijke prikkels die voldoende opvallend zijn om de aandacht te trekken, zoals luide notificaties. Deze stimulansen worden automatisch verwerkt ongeacht de bedoeling van de prikkels. Dit heeft grote impact op het concentratievermogen van de jongeren. Socialmedia-apps hebben ook invloed op de slaapkwaliteit van jongeren. Door de constante interactie die de apps bieden, is het verleidelijk om te blijven scrollen, wat leidt tot onrustig wakker liggen als de telefoon wordt weggelegd. Dit komt door de verhoogde cognitieve prikkelingen.³⁵⁹ Het onderzoek laat zien dat het gebruik van social media universeel leidt tot afleiding. Dit is een nieuw inzicht. Eerdere studies toonden vooral aan dat de effecten van het gebruik van social media verschillend worden ervaren per individu.³⁶⁰

Slaapkwaliteit

Voor kinderen in de puberteit is slaap essentieel voor een gezonde hersenontwikkeling en het behouden van mentale gezondheid. Slaapvertraging of -onderbrekingen hebben aanzienlijke negatieve effecten op het vermogen om aandacht te kunnen houden, het gedrag, de stemming, de veiligheid en de academische prestaties van jongeren.³⁶¹ Weinig slaap of slechte slaap leidt tot concentratieproblemen, sneller fouten maken en een labielere houding. Een goede nachtrust helpt scholieren juist om bijvoorbeeld lesstof beter op te nemen in het langetermijngeheugen. Langdurig slaapttekort vergroot de kans op obesitas, Alzheimer, depressiviteit en hart- en vaatziekten. Andere lichamelijke klachten zijn bijziendheid door het langdurig naar een scherm kijken.³⁶² Dit wordt onderstreept in onderzoeken van het Rathenau Instituut³⁶³, Trimbos-instituut³⁶⁴ en het Nederlands Jeugdinstituut.³⁶⁵ Overmatig schermgebruik en langdurig stilzitten gaan vaak hand in hand. Dit kan leiden tot fysieke klachten als bijziendheid, overgewicht maar ook tot een slechtere ontwikkeling van motorische vaardigheden.

Fysieke gezondheid op TikTok

De resultaten van het onderzoek van Amnesty International geven soortgelijke bevindingen weer. De deelnemers van het onderzoek gaven aan dat zij door het gebruik van TikTok meermaals hun huiswerk te

357 Abi-Joude, E., Treurnicht Naylor, K., & Pignatiello, A. (2020, februari 10). Smartphones, social media use and youth mental health. CMAJ, pp. 135-141. doi:doi: 10.1503/cmaj.190434

358 Siebers, T. (2024, april 16). Tempting triggers: The effects of adolescents' social media use on distraction task delay, and sleep. Project AWeSome. Opgeroepen op oktober 16, 2024, van <https://pure.uva.nl/ws/files/166592476/Thesis.pdf>

359 Siebers, T. (2024, april 16). Tempting triggers: The effects of adolescents' social media use on distraction task delay, and sleep. Project AWeSome. Opgeroepen op oktober 16, 2024, van <https://pure.uva.nl/ws/files/166592476/Thesis.pdf>

360 Siebers, T. (2024, april 16). Tempting triggers: The effects of adolescents' social media use on distraction task delay, and sleep. Project AWeSome, p. 6. Opgeroepen op oktober 16, 2024, van <https://pure.uva.nl/ws/files/166592476/Thesis.pdf>

361 American Psychological Association. (2023). Psychological science behind youth social media use. <https://www.apa.org/topics/social-media-internet/psychological-science-behind-youth-social-media.pdf>

362 UMC Utrecht. (2019, August 19). Slapen minstens zo belangrijk als eten. <https://www.umcutrecht.nl/nieuws/slapen-minstens-zo-belangrijk-als-eten>

363 Rathenau Instituut. (2023). Position paper ten behoeve van het rondetafelgesprek over de impact van intensief gebruik van digitale technologieën en middelen van de Tweede Kamercommissie voor Digitale Zaken. Rathenau Instituut. https://www.rathenau.nl/sites/default/files/2023-04/Rondetafelgesprek_Intensief_gebruik_digitale_technologie_en_middelen_Position_paper_Rathenau_Instituut.pdf

364 Tuijnman, A., & Van Rooij, A. J. (2023). Bijdrage Trimbos-instituut voor het rondetafelgesprek inzake De impact van intensief gebruik van digitale technologieën en middelen (bijvoorbeeld social media) op het welzijn van kinderen, jongeren, het gezin en de samenleving als geheel. Trimbos-instituut.

365 Nederlands Jeugdinstituut. (2023). Position paper ten behoeve van het rondetafelgesprek over de impact van intensief gebruik van digitale technologieën en middelen op het welzijn van kinderen, jongeren, het gezin en de samenleving als geheel. Nederlands Jeugdinstituut. [Position paper NJi Impact digitale technologie](https://www.nji.nl/impact-digitale-technologie)

laat inleverden, minder offline tijd spenderen met vrienden en tot in de late uurtjes van de nacht op TikTok blijven scrollen waardoor ze te weinig slaap krijgen.³⁶⁶

Siebers³⁶⁷ noemt de opkomst van TikTok een mogelijke verklaring voor de opkomst van verslavingsgevoelige social media. De meest verslavende functies van TikTok zijn overgeslagen naar de andere platforms, zoals de reels op Instagram en spotlight op Snapchat. In de paragraaf 'geavanceerde technologie' wordt toegelicht waarom de functies van TikTok tot verslaving kunnen leiden. Amnesty International stelt, dat ondanks bewijs dat de kernmechanismen van gepersonaliseerde aanbevelingen en de optimalisatie om gebruikersbetrokkenheid te maximaliseren niet alleen risico's op mensenrechtenschendingen en -overtredingen creëren, maar ook hebben bijgedragen aan concrete schade, blijven socialmediaplatformen zoals TikTok, Instagram en Facebook deze kernmechanismen gebruiken om hun doel te bereiken.³⁶⁸

Risico-inschatting: oordeel van de onderzoekers

Zojuist hebben we een beschrijving van het risico gepresenteerd. Op basis hiervan vraagt de KIA-handleiding een risico-inschatting te geven. Bij de risico-inschatting moeten zowel de kans als de impact van het risico geëvalueerd worden. Bij de kans beschrijven we hoe waarschijnlijk het is dat het risico zich voordoet. Bij de impact beschrijven we de ernst van de gevolgen als het risico zich voordoet.

Daarnaast stelt de KIA-handleiding dat de risicoclassificatie moet worden gebaseerd op het brutorisico dat kinderen lopen, zonder rekening te houden met risicobeperkende maatregelen. Bij de risico-inschatting gaan wij dus uit van het risico dat kinderen lopen wanneer ze TikTok gebruiken, zonder dat er risicobeperkende maatregelen zijn genomen. Huidige maatregelen die reeds door TikTok getroffen zijn, nemen we in onze analyse daardoor niet mee. In bovenstaande risicoparagraaf hebben wij de risico's en de gevolgen hier van beschreven. Dit betreft het brutorisico.

Deze risico-inschatting is gebaseerd op de (wetenschappelijke) literatuur die wij binnen de reikwijdte van dit onderzoek hebben gevonden. Bovendien is niet alle benodigde informatie beschikbaar, aangezien over sommige onderwerpen onderzoek over het specifieke platform ontbreekt en er alleen onderzoek naar social media in het algemeen is gedaan. Daarom dient deze risico-inschatting te worden gelezen met inachtneming van dit voorbehoud.

Kans

De recommender systems van TikTok kunnen bijdragen aan het creëren van intens en/of problematisch socialmediagebruik. Wij kunnen als onderzoekers op basis van de door ons geraadpleegde bronnen niet beoordelen hoe groot de kans is dat kinderen problemen ervaren met hun mentale of fysieke gezondheid door het gebruik van TikTok. Om die reden kunnen wij geen taxatie maken van de kans.

Impact

Gezondheidsrisico's kunnen potentieel schadelijke gevolgen hebben voor het welzijn van kinderen. Deze schadelijke gevolgen zijn wetenschappelijk aangetoond. Zo kan problematisch socialmediagebruik leiden tot grote negatieve impact op de mentale gezondheid van kinderen. Dit is niet alleen persoon-specifiek, maar ook platform-specifiek. Uit het onderzoek blijkt dat tijd gespendeerd op TikTok een significant negatief effect heeft op de drie dimensies van mentale gezondheid die zijn onderzocht: het welzijn, het zelfvertrouwen en hechte vriendschappen. Daarnaast blijkt uit onderzoek dat TikTok-video's met onrealistische weergaven van fysieke verschijningen schadelijk zijn voor kinderen en effecten als 'social upwards comparison' in de hand werken.

Naast negatieve effecten op de mentale gezondheid kan het gebruik van TikTok ook effecten hebben op de fysieke gezondheid van kinderen. Intens en/of problematisch socialmediagebruik kan leiden tot bijziendheid, langdurig stilzitten, slaapttekort en heeft invloed op het concentratievermogen wat op hun beurt weer grote negatieve invloed heeft op bijvoorbeeld schoolwerk.

Als deze gezondheidsrisico's zich voordoen, zijn er duidelijke indicaties te vinden in de onderzochte literatuur dat de gevolgen van het brutorisico (zonder rekening te houden met risicobeperkende maatregelen) groot

³⁶⁶ Amnesty International. (2023). Driven into darkness: How TikTok's 'For You' feed encourages self-harm and suicidal ideation. <https://www.amnesty.org/en/documents/POL40/7350/2023/en/>, Geraadpleegd op 19 november 2024

³⁶⁷ Siebers, T. (2024, april 16). Tempting triggers: The effects of adolescents' social media use on distraction task delay, and sleep. Project AWeSome. Opgeroepen op oktober 16, 2024, van <https://pure.uva.nl/ws/files/166592476/Thesis.pdf>

³⁶⁸ Amnesty International. (2023). Driven into darkness: How TikTok's 'For You' feed encourages self-harm and suicidal ideation. <https://www.amnesty.org/en/documents/POL40/7350/2023/en/>, Geraadpleegd op 19 november 2024

kunnen zijn. Echter, vanwege het gebrek aan voldoende informatie over de kans dat een risico zich voordoet, hebben we besloten om de inschaling van de impact in de categorieën laag, midden of hoog achterwege te laten. Op deze manier voorkomen we dat er een vertekend beeld ontstaat over de totale beoordeling van de risico-inschatting.

Conclusie

Zoals gesteld, vraagt het KIA om een risico-inschatting te geven. Doordat we geen beoordeling hebben kunnen maken van de kans, kunnen we geen eendoordeel geven over de risico-inschatting.

Kans	Impact	Risico-inschatting

3.8 Overige risico's: Welke andere risico's zijn er op uw platform voordat er maatregelen zijn genomen?

N.v.t.

Kans	Impact	Risico-inschatting

4. Handelingsopties

Indien er (mogelijke) risico's zijn geïdentificeerd dienen de handelingsopties te worden bepaald. Hoe kan de (mogelijke) negatieve impact van de digitale dienst op de rechten en het welzijn van kinderen worden beperkt? En wat is het te verwachten effect van de maatregel? U richt zich in deze stap dus op het definiëren van maatregelen die de eerder geformuleerde risico's kunnen mitigeren. Maatregelen spelen een cruciale rol bij het waarborgen van de rechten en het welzijn van kinderen en om eventuele schade of negatieve gevolgen te voorkomen of minimaliseren.

➤ *Meer toelichting bij de vragen vindt u in hoofdstuk 4 van de handleiding*

4.1 Welke kindgerichte maatregelen zijn er getroffen, of gaat u nemen, om risico's te voorkomen?

Risico classificatie: Contentrisico

Risico-omschrijving	Maatregelen	Restrisico
Misinformatie, desinformatie en nepnieuws (risico-classificatie: contentrisico)	Code of Practice on Disinformation TikTok geeft aan op basis van de <i>Code of Practice on Disinformation</i> maatregelen te ondernemen tegen desinformatie en nepnieuws onder de volgende noemers: • Demonetisation of disinformation • Transparency of Political Advertising • Integrity of Services • Empowering Users³⁶⁹ • Empowering Researchers • Empowering the Fact-Checking Community (TikTok, 2024).	De effectiviteit van de maatregelen voor misinformatie, desinformatie en nepnieuws is door de onderzoekers moeilijk te beoordelen. Hoewel het aannemelijk is dat de maatregelen effect hebben, kunnen wij de invloed op het brutorisico niet bepalen. Dit komt doordat er beperkte openbare informatie beschikbaar is over de concrete effectiviteit van de ingevoerde maatregelen voor kinderen. Hoewel er wel verschillende maatregelen zijn getroffen om de risico's aangaande misinformatie, desinformatie en nepnieuws te beheersen, kunnen de onderzoekers door het ontbreken van specifieke informatiebronnen geen gefundeerde uitspraken doen over de mate waarin deze maatregelen daadwerkelijk bijdragen aan het reduceren van de risico's aangaande misinformatie, desinformatie en nepnieuws.
Misinformatie, desinformatie en nepnieuws (risico-classificatie: contentrisico)	Community-richtlijnen In de community-richtlijnen staat aangegeven dat TikTok geen misinformatie of schadelijke desinformatie toestaat. Deze content wordt verwijderd. Dit gaat bijvoorbeeld over: • Content die een risico vormt voor de openbare veiligheid of paniek kan zaaien over een crisis- of noodsituatie • Gezondheidsmisinformatie • Misinformatie over klimaatverandering die gevestigde wetenschappelijke consensus ondermijnt • Complottheorieën die zich op een individu richten • Complottheorieën die gewelddadig of haatdragend zijn zoals een oproep tot actie	Overigens, zal de beoordeling blijken uit de officiële procedure van de Europese Commissie. De EC heeft de procedure opgestart op gebieden die verband houden met de bescherming van minderjarigen, transparantie van reclame, toegang tot gegevens voor onderzoekers en het risicobeheer van verslavend ontwerp en schadelijke inhoud. ³⁷⁰ Daarnaast stellen wetenschappers dat het ecosysteem van mis- en desinformatie alleen adequaat kan worden aangepakt door een meervoudige aanpak door een reeks belanghebbenden die wereldwijd samenwerken om kinderen te beschermen tegen de schade die voortvloeit uit mis-/desinformatie. ³⁷¹ Voorgenoemde is buiten de scope van dit impact assessment en bijbehorend onderzoek.
Misinformatie, desinformatie en nepnieuws (risico-classificatie: contentrisico)	Contentmoderatie Deze misinformatie/desinformatie wordt na automatische of menselijke beoordeling verwijderd van het platform. TikTok blokkeert misinformatie voor de For You Feed, bijvoorbeeld: • Ongegronde complottheorieën • Misinformatie met matige schade voor de gezondheid • Verkeerd weergegeven gezaghebbende bronnen (selectief verwijzen naar wetenschappelijke gegevens) • Niet-geverifieerde claims met betrekking tot een noodsituatie • Potentiële misinformatie die nog door de feitencontrole wordt beoordeeld Feitencontroles worden uitgevoerd door onafhankelijke partners ³⁷² : Voor Nederland wordt dit gedaan door de German Press Agency.	

369 TikTok. (2023, January 14). Notificaties helpen mensen het delen van content te heroverwegen. <https://newsroom.tiktok.com/nl-nl/notificaties-helpen-mensen-het-delen-van-content-te-heroverwegen> – geraadpleegd op 25-10-2024

370 European Commission. (2024, February 19). Commission opens formal proceedings against TikTok under the Digital Services Act. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/news/commission-opens-formal-proceedings-against-tiktok-under-digital-services-act> – geraadpleegd op 25-10-2024

371 Howard, P. N., Neudert, L.-M., Prakash, N., & Vosloo, S. (2021). *Digital misinformation / disinformation and children*. UNICEF Office of Global Insight and Policy and Oxford University. – geraadpleegd op 25-10-2024

372 TikTok. (17 mei 2024). Integriteit en authenticiteit. <https://www.tiktok.com/community-guidelines/nl/integrity-authenticity> – integriteit en authenticiteit – geraadpleegd op 25-10-2024

Risico-omschrijving	Maatregelen	Restrisico
Schadelijke content (risico-classificatie: contentrisico)	Contentmoderatie TikTok verwijdert zowel openbare als privé geplaatste content die niet voldoet aan de richtlijnen. Alle content gaat eerst door een geautomatiseerd beoordelingsproces en wordt automatisch verwijderd of gemarkeerd voor menselijke beoordeling als het wordt geïdentificeerd als een mogelijke schending. Als content ‘populairder’ wordt of is gerapporteerd vindt er een aanvullende beoordeling plaats. ³⁷³ Er wordt niet benoemd wat deze aanvullende beoordeling is.	We weten niet in hoeverre minderjarigen nog toegang hebben tot schadelijke content. In principe zouden de onderwerpen die TikTok beschouwt als schadelijke content niet toegankelijk zijn voor gebruikers onder de 18 jaar. Dit is alleen een effectieve maatregel als het zeker is dat deze gebruikers ook daadwerkelijk een account hebben voor onder de 18 jaar. Een recente ontwikkeling is dat TikTok honderden moderatiebanen heeft geschrapt omdat het bedrijf meer wil inzetten op contentmoderatie door AI. Het Nederlandse moderatiekantoor is in september 2024 gesloten. Er zijn nog 6.000 mensen die handmatige contentmoderatie uitvoeren voor Europa.³⁷⁴ In het TikTok DDV Transparantie rapport staat hoeveel content er verwijderd wordt op basis van de verschillende beleid- en richtlijnen. Het is echter niet duidelijk op basis van welke criteria dit gebeurt en of er ongewenste content onbedoeld door deze moderatie heen komt. De beoordeling of de maatregelen tegen schadelijke content werken, zal blijken uit de officiële procedure van de Europese Commissie. De EC heeft de procedure opgestart op gebieden die verband houden met de bescherming van minderjarigen, transparantie van reclame, toegang tot gegevens voor onderzoekers en het risicobeheer van verslavend ontwerp en schadelijke inhoud. Concluderend: de effectiviteit van de maatregelen voor schadelijke content is dan ook door de onderzoekers niet te beoordelen. Hoewel het aannemelijk is dat de maatregelen effect hebben, kunnen wij de invloed op het brutorisico niet bepalen. Dit komt doordat er beperkte openbare informatie beschikbaar is over de concrete effectiviteit van de ingevoerde maatregelen voor kinderen. Hoewel er wel verschillende maatregelen zijn getroffen om de risico's aangaande schadelijke content te beheersen, kunnen de onderzoekers door het ontbreken van specifieke informatiebronnen geen gefundeerde uitspraken doen over de mate waarin deze maatregelen daadwerkelijk bijdragen aan het reduceren van de risico's aangaande schadelijke content.
Schadelijke content (risico-classificatie: contentrisico)	Beperkte content onder 18 jaar Welke content dit is staat vastgelegd in de community-richtlijnen. De volgende contentcategorieën zijn volgens het TikTok-beleid niet beschikbaar voor jongeren onder 18 jaar ³⁷⁵ : • Verstoord eetgedrag en lichaamsbeeld • Gevaarlijke activiteiten en uitdagingen • Naaktheid en blootstelling van het lichaam • Seksueel suggestieve content • Schokkende en grafische content • Gokken • Alcohol, tabak en drugs • Verdere uitwerking van de categorieën staat in de community-richtlijnen³⁷⁶	
Schadelijke content (risico-classificatie: contentrisico)	Family pairing TikTok biedt ‘family pairing’ aan. Dit zijn gezinskoppelingsfuncties waarmee ouders hun eigen TikTok-account kunnen koppelen aan dat van hun kinderen. De ouders/voogden kunnen door middel van deze koppeling de content-, privacy- en welzijnsinstellingen aanpassen. ³⁷⁷	

373 TikTok. (17 mei 2024) Handhaving van richtlijnen. <https://www.tiktok.com/community-guidelines/nl/enforcement> – geraadpleegd op 25-10-2024

374 NOS Nieuws. (2025, January 14). TikTok schrapt honderden banen: wil meer AI inzetten voor contentmoderatie. <https://nos.nl/artikel/2540445-tiktok-schrapt-honderden-banen-wil-meer-ai-inzetten-voor-contentmoderatie> geraadpleegd op 25-10-2024

375 TikTok. (17 mei 2024). Community guidelines. <https://www.tiktok.com/community-guidelines/nl> Communityrichtlijnen | TikTok – geraadpleegd op 25-10-2024

376 [Communityrichtlijnen | TikTok](#) - veiligheid en welzijn van jongeren

377 [Gids voor verzorgers](#) – family pairing

Risico-classificatie: gedragsrisico

Risico omschrijving	Maatregelen	Restrisico
Kidfluencers (risico-classificatie: gedragsrisico)	Leeftijdsbeperkende functies TikTok heeft leeftijdsbeperkte functies, zoals voor het hosten van LIVE video's. Via LIVE video's kunnen gebruikers geschenken van anderen ontvangen of zelf uitgaven doen op het platform. Als een kind een account heeft voor onder de 18 jaar kan het hier niet aan meedoen.^{378, 379} De monetize features zijn ook niet toegankelijk voor gebruikers met accounts voor jonger dan 18 jaar. Family pairing TikTok biedt family pairing aan. Dit zijn gezinskoppelingsfuncties waarmee ouders hun eigen TikTok-account kunnen koppelen aan dat van hun kinderen. De ouders/voogden kunnen door middel van deze koppeling de content-, privacy- en welzijnsinstellingen aanpassen.³⁸⁰	We kunnen niet verifiëren in hoeverre minderjarigen toegang hebben tot volwassenenaccounts en geld verdienen via TikTok. In principe zijn de monetize features niet toegankelijk voor gebruikers onder de 18 jaar. De leeftijdsbeperking op deze features is alleen een effectieve maatregel als het zeker is dat kinderen ook daadwerkelijk een account hebben voor onder de 18 jaar. Family pairing is alleen een effectieve maatregel als er ook daadwerkelijk gebruik wordt gemaakt van de gezinskoppeling. Onder andere om bovenstaande reden, is de effectiviteit van de maatregelen voor kidfluencers door de onderzoekers niet te beoordelen. Hoewel het aannemelijk is dat de maatregelen effect hebben, kunnen wij de invloed op het brutorisico niet bepalen. Dit komt doordat er beperkte openbare informatie beschikbaar is over de concrete effectiviteit van de ingevoerde maatregelen voor kinderen. Dit komt doordat er beperkte informatie beschikbaar is over de concrete effectiviteit van de ingevoerde maatregelen. Hoewel er wel verschillende maatregelen zijn getroffen om de risico's aangaande kidfluencers te beheersen, kunnen de onderzoekers door het ontbreken van specifieke informatiebronnen geen gefundeerde uitspraken doen over de mate waarin deze maatregelen daadwerkelijk bijdragen aan het reduceren van de risico's aangaande kidfluencers.
Challenges (risico-classificatie: gedragsrisico)	Toegankelijkheid schadelijke challenges TikTok geeft aan dat content met mogelijk schadelijke uitdagingen niet toegankelijk is voor gebruikers met accounts onder de 18 jaar. De community-richtlijnen verbieden gevaarlijke challenges. Meldingen over mogelijke challenges die rondgaan worden onderzocht. Tips over omgaan met challenges In het Safety Center worden tips gegeven over wat tieners zouden moeten doen als ze een challenge tegenkomen: "STOP: Pauzeer even. DENK: Is het veilig? Is het schadelijk? Is het echt? Als je het niet zeker weet, vraag het dan aan een volwassene of vriend, of zoek meer informatie van gezaghebbende bronnen online. BESLUIT: Als het riskant of schadelijk is, of je niet zeker weet of het zo is, doe het dan niet. Het is het niet waard jezelf of anderen in gevaar te brengen. HANDEL: Meld schadelijke challenges of hoaxes in de app. Deel ze niet."³⁸¹	We kunnen niet verifiëren in hoeverre minderjarigen toegang hebben tot volwassenenaccounts. De tips voor het omgaan met challenges zijn niet snel te vinden in de app of op de website. Daarnaast wordt de verantwoordelijkheid voor het opvolgen van deze tips volledig bij de kinderen en ouders zelf gelegd. Onder andere om bovenstaande reden, is de effectiviteit van de maatregelen voor challenges door de onderzoekers niet te beoordelen. Hoewel het aannemelijk is dat de maatregelen effect hebben, kunnen wij de invloed op het brutorisico niet bepalen. Dit komt doordat er beperkte openbare informatie beschikbaar is over de concrete effectiviteit van de ingevoerde maatregelen voor kinderen. Hoewel er wel verschillende maatregelen zijn getroffen om challenges te beheersen, kunnen de onderzoekers door het ontbreken van specifieke informatiebronnen geen gefundeerde uitspraken doen over de mate waarin deze maatregelen daadwerkelijk bijdragen aan het reduceren van de risico's aangaande challenges.

³⁷⁸ TikTok. (2024). Accounts and features. <https://www.tiktok.com/community-guidelines/en/accounts-features?lang=en&cgversion=2024H1update#1> - Community Guidelines | TikTok – TikTok LIVE – geraadpleegd op 25-10-2024

³⁷⁹ TikTok. (2024). Accounts and features. <https://www.tiktok.com/community-guidelines/en/accounts-features?lang=en&cgversion=2024H1update#1> - Communityrichtlijnen | TikTok

– veiligheid en welzijn van jongeren – gepubliceerd op 17 april 2024, geldig vanaf 17 mei 2024, geraadpleegd op 25 oktober 2024

³⁸⁰ [Gids voor verzorgers](#) – family pairing – geraadpleegd op 25-10-2024

³⁸¹ TikTok. (2024). Online uitdagingen. <https://www.tiktok.com/safety/nl-nl/online-challenges> - geraadpleegd op 25-10-2024

Risico-classificatie: Contact risico

Risico omschrijving	Maatregelen	Restrisico
Seksuele uitbuiting (risico-classificatie: contactrisico)	Richtlijn seksuele uitbuiting Seksuele uitbuiting en seksueel misbruik, inclusief het delen van materiaal, zijn ten strengste verboden op TikTok. Onder materiaal schaaft TikTok materiaal van seksueel misbruik, intieme lichaamsdelen tonen, grooming, sextortion, seksuele benadering, pedofilie, en fysiek en psychologisch misbruik van jonge mensen. Dit geldt ook voor AI-gegenereerde content.³⁸² Maatregelen tegen seksuele uitbuiting TikTok neemt de volgende maatregelen: • Proactieve detectiemethoden • Meldingen van gebruikers (de community) of van branchepartners worden beheerd door het Child Safety Team • Content wordt verwijderd • Accounts worden permanent geblokkeerd • Meldingen indienen bij het National Center of Missing & Exploited Children (NCMEC) • Informatie voor verder onderzoek door een wetgevingshandhavingsinstituut wordt geëvalueerd en gedeeld in overeenstemming met de wetgevingshandhavingsrichtlijnen van TikTok³⁸³	De effectiviteit van de maatregelen voor de risico's voor seksuele uitbuiting is door de onderzoekers niet te beoordelen. Hoewel het aannemelijk is dat de maatregelen effect hebben, kunnen wij de invloed op het brutorisico niet bepalen. Dit komt doordat er beperkte openbare informatie beschikbaar is over de concrete effectiviteit van de ingevoerde maatregelen voor kinderen. Hoewel er wel verschillende maatregelen zijn getroffen om de risico's aangaande seksuele uitbuiting te beheersen, kunnen de onderzoekers door het ontbreken van specifieke informatiebronnen geen gefundeerde uitspraken doen over de mate waarin deze maatregelen daadwerkelijk bijdragen aan het reduceren van de risico's aangaande seksuele uitbuiting. Daarnaast, willen we vermelden dat diverse maatregelen zijn gericht op onbekende meerderjarigen. Seksuele uitbuiting kan ook plaatsvinden door minderjarigen of door bekenden van het slachtoffer.
Cyberpesten (Risico-classificatie: contactrisico)	Richtlijn tegen intimidatie en pesten TikTok staat intimidatie en pesten niet toe. Content in strijd met het beleid wordt verwijderd: • Bedreigingen van geweld • Tonen van fysiek pesten • Het vernederen van een slachtoffer of iemand met lichamelijk leed • Ondermijnen van fysieke veiligheid • Haatzaaien • Seksuele uitbuiting • Ernstige vormen van intimidatie zoals doxing, chantage of iemand ernstig letsel toewensen Tools en functies voor gebruikers Een gebruiker kan: • Een melding doen van pestgedrag. Dit wordt door het moderatieteam beoordeeld • Het account op privé zetten • Aanpassen wie berichten kan sturen • Aanpassen wie kan Aanhechten of een Duet kan doen • Bepalen wie kan reageren op video's • Reacties en trefwoorden filteren • Reacties en volgers verwijderen	De effectiviteit van de maatregelen tegen cyberpesten is door de onderzoekers niet te beoordelen. Hoewel het aannemelijk is dat de maatregelen effect hebben, kunnen wij de invloed op het brutorisico niet bepalen. Dit komt doordat er beperkte openbare informatie beschikbaar is over de concrete effectiviteit van de ingevoerde maatregelen voor kinderen. Dit komt doordat er beperkte informatie beschikbaar is over de concrete effectiviteit van de ingevoerde maatregelen. Hoewel er wel verschillende maatregelen zijn getroffen om de risico's aangaande cyberpesten te beheersen, kunnen de onderzoekers door het ontbreken van specifieke informatiebronnen geen gefundeerde uitspraken doen over de mate waarin deze maatregelen daadwerkelijk bijdragen aan het reduceren van de risico's aangaande cyberpesten.

382 TikTok. (17 mei 2024). Veiligheid en beleefdheid. <https://www.tiktok.com/community-guidelines/nl/safety-civility#4> – seksueel en fysiek misbruik van jongeren – geraadpleegd op 25-10-2024

383 TikTok. (z.d.). Child exploitation. [Seksuele uitbuiting en misbruik van kinderen](#) - geraadpleegd op 25-10-2024

Risico-classificatie: consumentrisico

Risico omschrijving	Maatregelen	Restrisico
Reclame (risico-classificatie: consument risico)	Commerciële contentlabeling: TikTok heeft labels ontwikkeld die gebruikers aan hun content kunnen toevoegen: ‘advertentie/ gesponsord’ (content betaald door adverteerders); ‘betaalde samenwerking’ (een commerciële samenwerking tussen een individu en een merk); of ‘promotionele content’ (organische content door een individu/bedrijf die wordt gebruikt om hun eigen merk, product of dienst te promoten). Beperking van gepersonaliseerde advertenties voor jongeren onder de 18 jaar: Vanaf juli 2023 zien gebruikers in Europa van 13 tot 17 jaar geen gepersonaliseerde advertenties meer op basis van hun activiteiten op of buiten TikTok.³⁸⁴	De effectiviteit van de maatregelen voor reclame is door de onderzoekers niet te beoordelen. Hoewel het aannemelijk is dat de maatregelen effect hebben, kunnen wij de invloed op het brutorisico niet bepalen. Dit komt doordat er beperkte openbare informatie beschikbaar is over de concrete effectiviteit van de ingevoerde maatregelen voor kinderen. Hoewel er wel verschillende maatregelen zijn getroffen om de risico’s van reclame te beheersen, kunnen de onderzoekers door het ontbreken van specifieke informatiebronnen geen gefundeerde uitspraken doen over de mate waarin deze maatregelen daadwerkelijk bijdragen aan het reduceren van de risico’s van reclame. Ook hangt deze maatregel sterk samen met de mate waarin de leeftijdsverificatie correct werkt. De beoordeling op het restrisico zal blijken uit de formele beoordeling van de Europese Commissie. De EC heeft de procedure opgestart op gebieden die verband houden met de bescherming van minderjarigen, transparantie van reclame, toegang tot gegevens voor onderzoekers en het risicobeheer van verslavend ontwerp en schadelijke inhoud.³⁸⁵
In-app-aankopen (Risico-classificatie: consument-risico)	Virtuele valuta (TikTok Coins) zijn niet toegankelijk voor gebruikers met een account voor onder de 18 jaar.	Deze maatregelen zijn enkel effectief wanneer de gebruiker de juiste leeftijd heeft opgegeven. Dit betekent dat voor gebruikers die een andere leeftijd hebben opgegeven, in-app-aankopen alsnog toegankelijk zijn. De effectiviteit van de maatregelen voor in-app-aankopen is door de onderzoekers niet te beoordelen. Hoewel het aannemelijk is dat de maatregelen effect hebben, kunnen wij de invloed op het brutorisico niet bepalen. Dit komt doordat er beperkte openbare informatie beschikbaar is over de concrete effectiviteit van de ingevoerde maatregelen voor kinderen. Hoewel er wel verschillende maatregelen zijn getroffen om de risico’s van in-app-aankopen te beheersen, kunnen de onderzoekers door het ontbreken van specifieke informatiebronnen geen gefundeerde uitspraken doen over de mate waarin deze maatregelen daadwerkelijk bijdragen aan het reduceren van de risico’s aangaande in-app-aankopen.

³⁸⁴ TikTok. (2023, augustus 28). Compliance with the Digital Services Act in the EU. [Our compliance with the Digital Services Act | TikTok Newsroom](#) – geraadpleegd op 25-10-2024

³⁸⁵ European Commission. (2024, February 19). Commission opens formal proceedings against TikTok under the Digital Services Act.

<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/news/commission-opens-formal-proceedings-against-tiktok-under-digital-services-act> – geraadpleegd op 25-10-2024

Risico-classificatie: risico aangaande geavanceerde technologie

Risico omschrijving	Maatregelen	Restrisico
Age assurance (risico-classificatie: risico aangaande geavanceerde technologie)	Zelfverklaring Een gebruiker geeft bij het aanmaken van een account de geboortedatum door. Afhankelijk van de leeftijd krijgt een kind een accountvariant toegewezen. TikTok geeft aan dat het belangrijk is de echte geboortedatum door te geven. Met deze informatie biedt TikTok een passende ervaring aan. Een account voor iemand onder de 18 jaar krijgt geen toegang tot leeftijdsbeperkte functies zoals het hosten van LIVES en toegang tot beperkte content.³⁸⁶ Age estimation TikTok kan het account van gebruikers waarvan ze vermoeden dat zij jonger dan 13 jaar zijn blokkeren. Iemand kan binnen 180 dagen bezwaar maken en de gegevens van het account downloaden. Ook wordt het ingezet om toegang tot leeftijdsbeperkende functies te blokkeren: livestreams vanaf 18 jaar, coins kopen vanaf 18 jaar, directe berichten sturen vanaf 16 jaar.³⁸⁷ Bezwaar maken Een gebruiker kan bezwaar maken door middel van het opsturen van een selfie met een door een overheid uitgegeven identiteitsbewijs. Als iemand geen identiteitsbewijs heeft, kan de ouder of voogd de leeftijd van de gebruiker bevestigen. • Voor bezwaar maken voor kinderen die ouder zijn dan 13 jaar moeten de ouders of voogd door middel van een e-mail bevestigen dat een kind de juiste leeftijd heeft. De ouder of voogd moet ook zijn/haar creditcardgegevens delen die moeten bevestigen dat de ouder of voogd ouder is dan 18. • Voor het verifiëren van de leeftijd 16/17 jaar moet het kind op de foto met de ouder of voogd. Deze ouder of voogd (of vertrouwde volwassene) moet ouder zijn dan 25 jaar. • Voor het verifiëren van de leeftijd van 18 jaar of ouder moet de gebruiker bezwaar maken via een creditcardautorisatie. Een externe dienstverlener (bij ons als onderzoekers niet bekend welke) schat de leeftijd van de gebruiker in op de selfie door middel van technologie. Na de leeftijdsschatting wordt de selfie verwijderd uit het systeem.³⁸⁸ Er wordt niet benoemd wie de dienstverlener is en welke technologie wordt ingezet. Voor doorgifte van de foto en dus persoonsgegevens is TikTok Ireland de verwerkingsverantwoordelijke. Er wordt een door de Europese Commissie goedgekeurde modelcontractbepaling aangegaan met de externe dienstverlener voor de verwerking (artikel 46 AVG). Men kan hier een kopie van opvragen.³⁸⁹	De effectiviteit van de maatregelen voor age assurance is door de onderzoekers niet te beoordelen. Hoewel het aannemelijk is dat de maatregelen effect hebben, kunnen wij de invloed op het brutorisico niet bepalen. Dit komt doordat er beperkte openbare informatie beschikbaar is over de concrete effectiviteit van de ingevoerde maatregelen voor kinderen. Hoewel er wel verschillende maatregelen zijn getroffen om de risico's van age assurance te beheersen, kunnen de onderzoekers door het ontbreken van specifieke informatiebronnen geen gefundeerde uitspraken doen over de mate waarin deze maatregelen daadwerkelijk bijdragen aan het reduceren van de risico's aangaande age assurance. De beoordeling gaat blijken uit de formele beoordeling van de Europese Commissie. De EC heeft de procedure opgestart op gebieden die verband houden met de bescherming van minderjarigen, transparantie van reclame, toegang tot gegevens voor onderzoekers en het risicobeheer van verslavend ontwerp en schadelijke inhoud.³⁹⁰
Deceptive design/ dark patterns (Risico-classificatie: risico aangaande geavanceerde technologie)	Voor dit risico zijn geen maatregelen vast te stellen, omdat de aard van deceptive designs geen betrekking heeft op risico's waarvoor maatregelen getroffen kunnen worden, maar juist wordt gezien als een mechanisme (bewuste keuzes) om gebruikers handelingen te laten verrichten die ze anders niet zouden doen.	Voor deceptive designs hebben we geen maatregelen geïdentificeerd. Dit betekent dat het restrisico hier gelijk blijft aan het brutorisico.

386 TikTok (2024) [Gids voor verzorgers](#) – waarom het belangrijk is dat je tiener de echte geboortedatum opgeeft. – geraadpleegd op 25-10-2024

387 TikTok. (z.d.). Minimum age appeals on TikTok. [Bezwaar tegen minimumleeftijd op TikTok | TikTok-hulpcentrum](#) – geraadpleegd op 25-10-2024

388 TikTok (z.d.) [Bezwaren m.b.t. minderjarigheid op TikTok | TikTok-hulpcentrum](#) – over blokkering van minderjarigen op TikTok – geraadpleegd op 25-10-2024

389 TikTok (z.d.) [Bezwaren m.b.t. minderjarigheid op TikTok | TikTok-hulpcentrum](#) – Je rechten op je persoonsgegevens – geraadpleegd op 25-10-2024

390 European Commission. (2024, February 19). Commission opens formal proceedings against TikTok under the Digital Services Act.

<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/news/commission-opens-formal-proceedings-against-tiktok-under-digital-services-act> – geraadpleegd op 25-10-2024

Risico omschrijving	Maatregelen	Restrisico
Recommender systems (Risico-classificatie: risico aangaande geavanceerde technologie)	Digitale welzijnsgids TikTok geeft tips over het beoordelen van het digitale welzijn in de welzijnsgids die online te vinden is. Digitaal welzijn definieert TikTok als volgt: 'Het omvat de manier waarop mensen omgaan met technologie en het internet en ondersteunt een gezonde en evenwichtige relatie met digitale apparaten en online content.'³⁹¹ Deze gids wordt geregeld geüpdatet door TikTok. Tips  Tools Dagelijkse schermtijd: een gebruiker kan instellen hoeveel tijd hij/zij dagelijks op TikTok wil besteden. Een account voor onder de 18 jaar staat standaard ingesteld op 60 minuten. Schermtijddashboard: hier kan een gebruiker zien hoe en wanneer hij/zij TikTok gebruikt. Schermtijdpaauze: een functie die vraagt om pauze te nemen na een bepaalde tijd onafgebroken schermtijd. Deze tijd kan de gebruiker zelf instellen. Beperkte modus: beperkte weergave van content die mogelijk niet voor iedereen geschikt is. Deze functie kan in- en uitgeschakeld worden via account instellingen en via de 'gezinskoppeling' door een ouder of voogd.³⁹² Refresh de For You Feed TikTok biedt de mogelijkheid om de For You Feed te refreshen. De For You Feed wordt daarna opnieuw opgebouwd.	De effectiviteit van de maatregelen voor recommender systems is door de onderzoekers niet te beoordelen. Hoewel het aannemelijk is dat de maatregelen effect hebben, kunnen wij de invloed op het brutorisico niet bepalen. Dit komt doordat er beperkte openbare informatie beschikbaar is over de concrete effectiviteit van de ingevoerde maatregelen voor kinderen. Hoewel er wel verschillende maatregelen zijn getroffen om de risico's recommender systems te beheersen, kunnen de onderzoekers door het ontbreken van specifieke informatiebronnen geen gefundeerde uitspraken doen over de mate waarin deze maatregelen daadwerkelijk bijdragen aan het reduceren van risico's aangaande recommender systems. De beoordeling op het restrisico gaat blijken uit de formele beoordeling van de Europese Commissie. De EC heeft de procedure opgestart op gebieden die verband houden met de bescherming van minderjarigen, transparantie van reclame, toegang tot gegevens voor onderzoekers en het risicobeheer van verslavend ontwerp en schadelijke inhoud.³⁹³

Figuur 9 Je digitale welzijn beoordelen (Well-being guide, TikTok).

³⁹¹ TikTok (2024) [Met behulp van de Welzijnsgids](#) - Je digitale welzijn beoordelen - geraadpleegd op 25-10-2024

³⁹² TikTok (2024) [Met behulp van de Welzijnsgids](#) – tools om je digitale welzijn op het platform te ondersteunen - geraadpleegd op 25-10-2024

³⁹³ European Commission. (2024, February 19). Commission opens formal proceedings against TikTok under the Digital Services Act. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/news/commission-opens-formal-proceedings-against-tiktok-under-digital-services-act> - geraadpleegd op 25-10-2024

Risico-classificatie: privacyrisico

Risico omschrijving	Maatregelen	Restrisico
Commerciële profilering (risico-classificatie: privacyrisico)	TikTok geeft aan vanaf juli 2023 geen gepersonaliseerde reclames meer te laten zien aan gebruikers onder de 18 jaar. ³⁹⁴ TikTok geeft aan dat zij de informatie die zij verzamelen, gebruiken om de voorwaarden, richtlijnen en beleidsregels af te dwingen (inclusief via geautomatiseerde middelen en menselijke moderatie). ³⁹⁵ Het privacybeleid wordt regelmatig geüpdatet door TikTok.	De effectiviteit van de maatregelen voor commerciële profilering is door de onderzoekers niet te beoordelen. Hoewel het aannemelijk is dat de maatregelen effect hebben, kunnen wij de invloed op het brutorisico niet bepalen. Dit komt doordat er beperkte openbare informatie beschikbaar is over de concrete effectiviteit van de ingevoerde maatregelen voor kinderen. Hoewel er wel verschillende maatregelen zijn getroffen om de risico's van commerciële profilering te beheersen, kunnen de onderzoekers door het ontbreken van specifieke informatiebronnen geen gefundeerde uitspraken doen over de mate waarin deze maatregelen daadwerkelijk bijdragen aan het reduceren van de risico's van commerciële profilering. Ook hangen deze maatregelen sterk samen met het correct functioneren van de leeftijdsverificatie. Er zijn rechtszaken aangespannen tegen TikTok die gericht zijn op illegaal verzamelen van gegevens van minderjarigen. De uitspraken van deze rechtszaken en de uitkomst van de formele procedure van de Europese Commissie zullen inzicht geven in het restrisico commerciële profilering.

³⁹⁴ TikTok (2023, augustus 4) [An update on fulfilling our commitments under the Digital Services Act | TikTok Newsroom](#) – geraadpleegd op 25-10-2024

³⁹⁵ TikTok (2024) [Privacybeleid | TikTok](#) – het afdwingen van onze voorwaarden, richtlijnen of beleidslijnen – geraadpleegd op 25-10-2024

Risico-classificatie: gezondheidsrisico

Risico omschrijving	Maatregelen	Restrisico
Mentale gezondheid (risico-classificatie: gezondheids-risico)	Beperkte content onder 18 jaar Welke content dit is staat vastgelegd in de community-richtlijnen. De volgende contentcategorieën zijn volgens het TikTok-beleid niet beschikbaar voor jongeren onder 18 jaar³⁹⁶: • Verstoorde eetgedrag en lichaamsbeeld • Gevaarlijke activiteiten en uitdagingen • Naaktheid en blootstelling van het lichaam • Seksueel suggestieve content • Schokkende en grafische content • Gokken • Alcohol, tabak en drugs • Verdere uitwerking van de categorieën staat in de community-richtlijnen³⁹⁷ Digitale welzijns-gids TikTok geeft tips over het beoordelen van het digitale welzijn in de welzijns-gids die online te vinden is. Digitaal welzijn definieert TikTok als volgt: 'Het omvat de manier waarop mensen omgaan met technologie en het internet en ondersteunt een gezonde en evenwichtige relatie met digitale apparaten en online content.'³⁹⁸ Tips  Figuur 10 Je digitale welzijn beoordelen (Well-being guide, TikTok). Tools <i>Dagelijkse schermtijd instellen:</i> een gebruiker kan instellen hoeveel tijd hij/zij dagelijks op TikTok wil besteden. Een account voor onder de 18 jaar staat standaard ingesteld op 60 minuten. <i>Schermtijd-dashboard:</i> hier kan een gebruiker zien hoe en wanneer hij/zij TikTok gebruikt. <i>Schermtijdpauze:</i> een functie die vraagt om pauze te nemen na een bepaalde tijd onafgebroken schermtijd. Deze tijd kan de gebruiker zelf instellen. <i>Beperkte modus:</i> beperkte weergave van content die mogelijk niet voor iedereen geschikt is. Deze functie kan in en uitgeschakeld worden via account instellingen en via de 'gezinskoppeling' door een ouder of voogd.³⁹⁹ TikTok dempt automatisch notificaties of pushmeldingen voor minderjarige accounts. • voor tieners tussen 13 en 15 jaar is de standaard geplande periode ingesteld op 21.00 tot 8.00 uur. Deze instelling kan niet worden aangepast. • voor tieners tussen 16 en 17 jaar is de standaard geplande periode ingesteld op 22.00 tot 8.00 uur. Deze instelling kan niet worden aangepast.⁴⁰⁰	De effectiviteit van de maatregelen voor mentale gezondheid is door de onderzoekers niet te beoordelen. Hoewel het aannemelijk is dat de maatregelen effect hebben, kunnen wij de invloed op het brutorisico niet bepalen. Dit komt doordat er beperkte openbare informatie beschikbaar is over de concrete effectiviteit van de ingevoerde maatregelen voor kinderen. Hoewel er wel verschillende maatregelen zijn getroffen om de risico's aangaande mentale gezondheid te beheersen, kunnen de onderzoekers door het ontbreken van specifieke informatiebronnen geen gefundeerde uitspraken doen over de mate waarin deze maatregelen daadwerkelijk bijdragen aan het reduceren van de risico's aangaande mentale gezondheid. De beoordeling of de maatregelen voor mentale en fysieke gezondheid werken, gaat ook blijken uit de formele beoordeling van de Europese Commissie. De EC heeft de procedure opgestart op gebieden die verband houden met de bescherming van minderjarigen, transparantie van reclame, toegang tot gegevens voor onderzoekers en het risicobeheer van verslavend ontwerp en schadelijke inhoud.⁴⁰¹

396 TikTok (17 mei 2024) [Communityrichtlijnen | TikTok](#) - geraadpleegd op 25-10-2024

397 TikTok (17 mei 2024) [Communityrichtlijnen | TikTok](#) - veiligheid en welzijn van jongeren - geraadpleegd op 25-10-2024

398 TikTok (2024) [Met behulp van de Welzijns-gids](#) - Je digitale welzijn beoordelen - geraadpleegd op 25-10-2024

399 TikTok (2024) [Met behulp van de Welzijns-gids](#) - tools om je digitale welzijn op het platform te ondersteunen - geraadpleegd op 25-10-2024

400 TikTok. (z.d.). Schermtijd. <https://support.tiktok.com/nl/account-and-privacy/account-information/screen-time> - geraadpleegd op 25-10-2024

401 European Commission. (2024, February 19). Commission opens formal proceedings against TikTok under the Digital Services Act.

<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/news/commission-opens-formal-proceedings-against-tiktok-under-digital-services-act> - geraadpleegd op 25-10-2024

Risico omschrijving	Maatregelen	Restrisico
Fysieke gezondheid (risico-classificatie: gezondheids-risico)	Tools <i>Dagelijkse schermtijd instellen:</i> een gebruiker kan instellen hoeveel tijd hij/zij dagelijks op TikTok wil besteden. Een account voor onder de 18 jaar staat standaard ingesteld op 60 minuten. <i>Schermtijd dashboard:</i> Hier kan een gebruiker zien hoe en wanneer hij/zij TikTok gebruikt. <i>Schermtijdpauze:</i> een functie die vraagt om pauze te nemen na een bepaalde tijd onafgebroken schermtijd. Deze tijd kan de gebruiker zelf instellen. <i>Beperkte modus:</i> beperkte weergave van content die mogelijk niet voor iedereen geschikt is. Deze functie kan in en uitgeschakeld worden via account instellingen en via de 'gezinskoppeling' door een ouder of voogd.⁴⁰² TikTok dempt automatisch notificaties of pushmeldingen voor minderjarige accounts. • voor tieners tussen 13 en 15 jaar is de standaard geplande periode ingesteld op 21.00 tot 8.00 uur. Deze instelling kan niet worden aangepast. • voor tieners tussen 16 en 17 jaar is de standaard geplande periode ingesteld op 22.00 tot 8.00 uur. Deze instelling kan niet worden aangepast.⁴⁰³	De effectiviteit van de maatregelen voor fysieke gezondheid is door de onderzoekers niet te beoordelen. Hoewel het aannemelijk is dat de maatregelen effect hebben, kunnen wij de invloed op het brutorisico niet bepalen. Dit komt doordat er beperkte openbare informatie beschikbaar is over de concrete effectiviteit van de ingevoerde maatregelen voor kinderen. Hoewel er verschillende maatregelen zijn getroffen om de risico's aangaande fysieke gezondheid te beheersen, kunnen de onderzoekers door het ontbreken van specifieke informatiebronnen geen gefundeerde uitspraken doen over de mate waarin deze maatregelen daadwerkelijk bijdragen aan het reduceren van de risico's aangaande fysieke gezondheid.

402 TikTok (2024) [Met behulp van de Welzijnsgids](#) – tools om je digitale welzijn op het platform te ondersteunen - geraadpleegd op 25-10-2024

403 TikTok. (z.d.). Schermtijd. <https://support.tiktok.com/nl/account-and-privacy/account-information/screen-time> - geraadpleegd op 25-10-2024

5. Afweging

In de laatste fase maakt u een afweging op basis van de eerder geanalyseerde bijdragen met betrekking tot de rechten en het welzijn van kinderen enerzijds en de risico's met betrekking tot kinderrechten en kindermishandeling anderzijds. Door onder andere de risico's, de zwaarte van de restricties, de doeltreffendheid van de digitale dienst en de bijdrage aan kindermishandeling tegen elkaar af te wegen, kunt u bepalen welke impact uw dienst heeft op kinderrechten en -welzijn. Deze afweging stelt u in staat om een inschatting te maken van de mate waarin uw dienst de rechten en het welzijn van kinderen positief dan wel negatief beïnvloedt.

► *Meer toelichting bij de vragen vindt u in hoofdstuk 6 van de handleiding.*

5.1 **Doeltreffendheid:** Kijk naar uw antwoord bij vraag 2.6 – Bereikt deze digitale dienst inderdaad het doel? Leg uit.

Volgens de KIA-handleiding is het belangrijk om eerst vast te stellen of de gestelde doelen (naar alle waarschijnlijkheid) worden bereikt met de ontwikkeling en inzet van de digitale dienst, met als doel om uiteindelijk te kunnen beoordelen of de baten opwegen tegen de mogelijke kosten. Hiervoor moeten we kijken naar het antwoord dat gegeven is bij vraag 2.6: 'Is de inzet van digitale dienst een doeltreffend middel om de gestelde doelen te realiseren?'.

We beantwoorden deze vraag in twee paragrafen: (1) commerciële doelstelling; (2) overige doelstellingen. Wij baseren ons hierbij op openbare door de bedrijven verstrekte informatie, zoals jaarcijfers en gebruikersaantallen.

1. Commerciële doelstelling

TikTok Information Technologies UK Ltd. geeft in het annual report aan dat het bedrijf operationeel verlies heeft geleden in 2023: "the operating loss margin has increased when compared to 2022, which was primarily due to one-off provisions of legal and related matters \$1,004.2 million, and partially offset by a combination of an increasing revenue driven by user base growth and policy optimising cost efficiencies and reducing overall spending..."⁴⁰⁴ TikTok geeft ook aan veel te investeren in het creëren van een veilige omgeving voor zijn gebruikers, zoals het realiseren van datacenters. De omzet van TikTok steeg zoals eerder aangegeven wel in 2023 met ongeveer 75% ten opzichte van 2022 naar 4,6 miljard dollar. Deze stijging is te herleiden naar de sterke groei in gebruikersaantallen. Volgens het annual report zijn de omvang van de gebruikersbasis van TikTok en het niveau van betrokkenheid van de gebruikers cruciaal voor de groei van het bedrijf. Ook het aanbieden van betaalde diensten aan adverteerders heeft bijgedragen aan de groei in omzet. Adverteren wordt dan ook benoemd als een belangrijke bron van omzet voor het bedrijf.^{405, 406}

2. Overige doelstellingen

Een overige doelstelling is het bieden van een platform waar gebruikers inspiratie kunnen opdoen en hun creativiteit kunnen uiten. Onderzoek van Ipsos toont aan dat TikTok hier ook aan bijdraagt. Uit het onderzoek is bijvoorbeeld gebleken 1 op de 5 Europese TikTok-gebruikers actief content creëert. Het platform bevordert zelfexpressie en creativiteit, waarbij 69% van de gebruikers aangeeft dat TikTok hen helpt zichzelf beter uit te drukken.⁴⁰⁷ Een ander subdoel is het genereren van inkomsten via TikTok. In het annual report wordt gerefereerd naar een onderzoek van Consultancy Oxford Economics naar 'the TikTok Effect' voor midden- en

404 [TIKTOK INFORMATION TECHNOLOGIES UK LIMITED filing history - Find and update company information - GOV.UK Group of Companies' accounts made up to 31 December 2023, gepubliceerd op 8 oktober 2024 p.2, geraadpleegd op 19 november 2024](#)

405 [FD. \(2023, December 17\). TikTok zet 1 miljard opzij voor boetes. <https://fd.nl/tech-en-innovatie/1533366/tiktok-zet-1-mrd-opzij-voor-boetes>](#)

406 [TIKTOK INFORMATION TECHNOLOGIES UK LIMITED filing history - Find and update company information - GOV.UK Group of Companies' accounts made up to 31 December 2023, gepubliceerd 8 oktober 2024, geraadpleegd op 19 november 2024](#)

407 [Ipsos. \(2023\). Unlocking Culture in Europe. TikTok. Geraadpleegd op 21 oktober 2024, van \[https://sf16-via.tiktokcdn.com/obj/eden-vaz/hgvkshieh7lssli/Unlocking_Culture_in_EU_TikTok_Ipsos.pdf\]\(https://sf16-via.tiktokcdn.com/obj/eden-vaz/hgvkshieh7lssli/Unlocking_Culture_in_EU_TikTok_Ipsos.pdf\) Ipsos survey among n=8000 TikTok users across 8 EU countries, December 2022](#)

kleinbedrijven in de Europese Unie. Het onderzoek stelt dat de activiteiten van MKB's op TikTok in Nederland voor €692 miljoen hebben bijgedragen aan het BBP. Hiermee zijn 6000 banen ondersteund.⁴⁰⁸ Hieruit kan worden vastgesteld dat TikTok doeltreffend is in het realiseren van de subdoelen.

5.2 **Subsidiariteit:** *Is de dienst de beste manier (rekening houdend met het welzijn van het kind) om het doel te bereiken? Zijn er geen andere manieren beschikbaar om dit te doen? Leg uit.*

In de KIA-handleiding wordt uitgelegd hoe de vraag over subsidiariteit moet worden beantwoord. Het is belangrijk om te bepalen of de digitale dienst, zoals deze wordt ingezet, ook daadwerkelijk het beste middel is om het beoogde doel te bereiken. Het doel van het platform staat in vraag 2.6 beschreven.

Het is belangrijk om te overwegen of er geen andere (minder ingrijpende) middelen beschikbaar zijn om hetzelfde doel te bereiken. Kortom, zijn er alternatieven beschikbaar die kinderrechten niet of in mindere mate aantasten? Bij het antwoord op deze vraag zullen wij ingaan op de mogelijke alternatieven voor de verschillende doelen van de digitale dienst die rekening houden met het welzijn van kinderen.

1. Commerciële doelstelling

Zoals aangegeven in vraag 5.1 is TikTok een bedrijf met winstoogmerk. De digitale dienst is het product dat wordt geleverd door het bedrijf en is dan ook zo ontworpen dat het mogelijk is om via de digitale dienst inkomsten te genereren. Voorbeelden hiervan zijn de verschillende wijzen waarop door meerdere partijen op het platform geadverteerd kan worden. Een ander voorbeeld is het verkopen van virtuele valuta (coins).

2. Inspiratie en creativiteit stimuleren

Een ander doel van TikTok is om een inspiratiebron te zijn voor zijn gebruikers, het stimuleren van creativiteit en gebruikers vreugde te brengen door het tonen van gemakkelijke content (zie vraag 2.6). Mensen kunnen op verschillende manieren inspiratie opdoen of hun eigen creativiteit stimuleren. Voorbeelden van alternatieven zijn bijvoorbeeld het lezen van (kook)boeken, het observeren van straatbeelden, het maken van moodboard, danslessen, het ervaren van kunst en cultuur of juist door jezelf te vervelen.⁴⁰⁹ Vreugde kan door kinderen worden ervaren door bijvoorbeeld met elkaar (buiten) te spelen. Een digitale dienst zoals TikTok is in de basis niet noodzakelijk voor het opdoen van inspiratie en het ervaren van vreugde.

TikTok biedt echter wel een laagdrempelige en toegankelijke manier om online inspiratie op te doen. Dit is zeker waardevol, omdat niet iedereen de financiële middelen of lichamelijke gezondheid heeft om buiten te spelen, boeken te kopen of te lenen, musea te bezoeken of naar voorstellingen te gaan. Ook biedt TikTok de mogelijkheid om op laagdrempelige wijze in contact te komen met bepaalde communities, die in de fysieke wereld vaak lastiger te bereiken zijn, bijvoorbeeld vanwege een geografische afstand of omdat de community zich online gemakkelijker verenigt. Ook is de toegang tot verschillende informatie- en inspiratiebronnen vele malen groter.

Het digitale alternatief

Naast offline alternatieven is er uiteraard ook de mogelijkheid om een versie van TikTok aan te bieden waar stevige (aanvullende) maatregelen worden genomen om de potentiële risico's, zoals in hoofdstuk 3 uiteengezet, te mitigeren. Hieronder geven we een aantal voorbeelden van strenge maatregelen die ervoor zorgen dat de impact van de potentiële risico's in relatie tot de rechten en het welzijn van kinderen worden verkleind. Zoals in hoofdstuk 4 aangegeven hebben wij enkel openbaar bekende maatregelen die reeds getroffen worden in kaart kunnen brengen. Onderstaande maatregelen zijn wij daarbij niet tegen gekomen.

- **Maatregel: leeftijdsverificatie**

Ontwikkel en implementeer een veilige en betrouwbare vorm van leeftijdsverificatie binnen het socialmediaplatform die waarborgt dat de fundamentele rechten van kinderen voldoende beschermd worden. Deze maatregel komt in plaats van de huidige implementatie van zelfverklaring

⁴⁰⁸ [TIKTOK INFORMATION TECHNOLOGIES UK LIMITED filing history - Find and update company information - GOV.UK Group of Companies' accounts made up to 31 December 2023, gepubliceerd op 8 oktober 2024 p.7, geraadpleegd op 19 november 2024](#)

⁴⁰⁹ Seltzer, L. F. (2020, September 3). Why scientists say boredom is good medicine for your brain. *Psychology Today*. <https://www.psychologytoday.com/us/blog/the-right-mindset/202009/why-scientists-say-boredom-is-good-medicine-for-your-brain>, geraadpleegd op 19 november 2024

en leeftijdsschatting.⁴¹⁰ Dit betekent dat TikTok de digitale dienst alleen kan leveren nadat de leeftijd van iedere gebruiker geverifieerd is. Dit beperkt het risico dat minderjarigen toegang krijgen tot functionaliteiten die niet voor hen geschikt zijn. De geverifieerde leeftijd bepaalt tot wat voor soort functionaliteiten een gebruiker by default toegang krijgt. Toegang tot de functionaliteiten kan niet door de gebruiker zelf worden gewijzigd. Als iemand de vereiste minimumleeftijd (bijvoorbeeld 18 jaar) bereikt, krijgt de persoon automatisch toegang tot de functionaliteiten. We zijn ons ervan bewust dat een goede (privacy vriendelijke) implementatie publiek-private samenwerking vereist.⁴¹¹

- **Maatregel: inzet van fair design**

Het platform bevat geen ontwerpkeuzes of -technieken die op verschillende manieren negatieve impact kunnen hebben op de gebruikers (zoals deceptive design en profilering voor commerciële doeleinden). Dit betekent dat het ontwerp zo is ingericht dat de instellingen, het beleid, de richtlijnen en functionaliteiten makkelijk in gebruik, begrijpelijk en vindbaar zijn voor kinderen. Het moet mogelijk zijn voor kinderen om makkelijk, zonder te zoeken, haatprofielen of haatcontent waar ze bijvoorbeeld door gepest worden te rapporteren waarna het direct verwijderd wordt. Het moet duidelijk worden uitgelegd wat er gebeurt als je rapporteert of een melding maakt. De techniek die het eindeloos scrollen mogelijk maakt, wordt niet meer toegepast. Daarnaast worden er geen recommender systems ingezet die problematisch socialmediagebruik en druk op tijd in de hand werken. Er wordt geen gebruikgemaakt van commerciële profilering.

- **Maatregel: geen reclame**

Kinderen krijgen op hun accounts geen reclame te zien. Hiermee volgt de maatregel de al bestaande wetgeving met als vereiste dat er geen reclame meer wordt geprogrammeerd op de televisie en in de bioscoop rond kinderprogramma's en -films.

- **Maatregel: geen direct contact met vreemden**

Het is voor kinderen niet mogelijk om directe berichten te versturen aan gebruikers die zij niet persoonlijk kennen. Een minderjarige gebruiker kan alleen direct contact hebben met iemand die in de contactenlijst van de telefoon staat. Hiermee wordt kwaadwillenden de mogelijkheid ontnomen om in direct contact te komen met kinderen. Een neveneffect is dat kinderen hiermee ook de mogelijkheid wordt ontnomen om in contact te komen met gelijkgestemden buiten hun eigen sociale leefomgeving om. Een extra maatregel zou kunnen zijn om het reageren op content door middel van comments niet mogelijk te maken voor kinderen. Reageren zou alleen door middel van een 'vind ik leuk'-button kunnen worden ingesteld. Door het elimineren van comments wordt ook de mogelijkheid tot het verspreiden van negatieve reacties en haatdragende berichten ontnomen. Ook moet het niet mogelijk zijn om kinderen zomaar in direct messaging-groepen te plaatsen zonder dat ze daar toestemming voor geven.

Het behalen van de doelstellingen

De doelstellingen van TikTok kunnen hiermee ons inziens nog wel worden behaald. Deze maatregelen veranderen de werking van het platform voor kinderen, maar het is met deze maatregelen nog wel mogelijk om de doelstellingen van TikTok te behalen. Kinderen hebben nog steeds de mogelijkheid om creatieve video's te maken en te bekijken. Hiermee kan er nog steeds engagement plaatsvinden, waardoor gebruikersaantallen groeien. Dit draagt bij aan de groei van het bedrijf. Het genereren van omzet door middel van adverteerders blijft mogelijk op de accounts van volwassenen.

⁴¹⁰ European Commission: Directorate-General for Communications Networks, Content and Technology, Shaffique, M. R., & van der Hof, S. (2024). Mapping age assurance typologies and requirements: Research report. Publications Office of the European Union. <https://data.europa.eu/doi/10.2759/455338>

⁴¹¹ Lievens, E., Livingstone, S., & Stoilova, M. (2024). Children's rights and online age assurance systems. The International Journal of Children's Rights, 32(3), 721-749. https://brill.com/view/journals/chil/32/3/article-p721_009.xml

5.3 Proportionaliteit/belangenafweging: staat de geconstateerde (potentiële) inbreuk op kinderrechten in evenredige verhouding tot de doelen na de genomen maatregelen? Vul het schema in en onderbouw vervolgens de belangenafweging.

Op basis van het onderzoek kunnen wij niet concluderen of er sprake is van een (potentiële) inbreuk op kinderrechten. Wel kunnen we stellen dat, indien de geïdentificeerde brutorisico's zich voordoen, er sprake is van potentiële impact op de rechten en het welzijn van kinderen. In de tabel en tekst hieronder gaan we hier nader op in.

Voordelen (zie beoogde doelen)	Nadelen (negatieve impact op kinderen)
Voordelen voor de organisatie: Een voordeel van het aanbieden van deze dienst is dat de commerciële doelstellingen worden behaald. Dit is onder andere beschreven in 5.1.	• Schadelijke content (zie het thema 'content' in 3.1) • Misinformatie, desinformatie en nepnieuws (zie het thema 'content' in 3.1) • Kidfluencers (minderjarige influencers) (zie het thema 'gedrag' 3.2) • Challenges (zie het thema 'gedrag' 3.2) • Cyberpesten (zie het thema 'contact' 3.3) • Seksuele uitbuiting (zie het thema 'contact' 3.3) • Reclame (zie het thema 'consument' 3.4) • In-app-aankopen (zie het thema 'consument' 3.4) • Gebrekkige leeftijdsverificatie (zie het thema 'geavanceerde technologie' 3.5) • Deceptive design/dark patterns (zie het thema 'geavanceerde technologie' 3.5) • Recommender systems (zie het thema 'geavanceerde technologie' 3.5) • Commerciële profilering (zie het thema 'privacy' 3.6) • Mentale gezondheid (zie het thema 'gezondheid' 3.7) • Fysieke gezondheid (zie het thema 'gezondheid' 3.7)
Voordelen voor het kind welzijn: • Er is binnen de reikwijdte van dit onderzoek geen wetenschappelijke literatuur gevonden over de bijdrage van het platform aan de waarde 'zingeving'. De dienst draagt bij aan aanpalende waarden, zoals 'identiteitsontwikkeling'. Dit komt doordat socialmediaplatformen als oefenruimte kunnen dienen voor communicatieve vaardigheden. (Zie vraag 2.8) • De dienst draagt bij aan de waarde 'empowerment' voor kinderen. Dit uit zich in het bijdragen aan een gevoel van controle en het leren maken van keuzes. Voorbeelden van hoe een digitale dienst dat doet is door kinderen keuzes te laten maken of kinderen die zelf bepalen welke content ze te zien krijgen en delen. (Zie vraag 2.9) • De dienst draagt bij aan de waarde 'creativiteit'. De dienst stimuleert nieuwsgierigheid, openheid voor nieuwe ervaringen en creatieve vaardigheden van kinderen. Socialmediaplatformen dragen bij het vergroten of stimuleren van mediageletterdheid, zelfexpressie, het gevoel van erbij horen, maatschappelijke betrokkenheid en creativiteit. (Zie vraag 2.10) • De dienst draagt bij aan hoe kinderen hun eigen vaardigheden en competenties zien. Dit gebeurt door middel van de content op de platformen. Ook leren kinderen taken uit te voeren en problemen op te lossen doordat ze zelfstandig door het platform moeten navigeren. (Zie vraag 2.11) • De dienst draagt bij aan de emotionele regulatie van kinderen. Een kind krijgt – door middel van een socialmediaplatform – de kans om aan de realiteit te ontsnappen en te genieten van downtime. Daarnaast wordt het sociale medium gebruikt als copingtool voor stress, bijvoorbeeld in het zoeken van afleiding en het ventileren van emoties. (Zie vraag 2.12) • Kinderen geven aan dat sociale verbinding essentieel is voor hun welzijn. Socialmediadiensten kunnen hieraan bijdragen door het maken van veilige connecties met leeftijdsgenoten, familie en andere belangrijke mensen in hun leven. Door social media voelen kinderen zich verbonden met hun vrienden, kunnen kinderen hun emoties delen en kunnen kinderen interactie aangaan met gebruikers die zij anders niet tegen het lijf waren gelopen. Jongeren vinden ook steun en herkenning bij elkaar. (Zie vraag 2.13) • De digitale dienst draagt bij aan kind welzijn door een toegankelijke, diverse en inclusieve gebruikservaring te leveren. Dit gebeurt door middel van het verspreiden van informatie, het opkomen van sociale bewegingen, het bereiken van een grotere doelgroep en het vinden van gelijkgestemden. Ook levert social media een positieve bijdragen aan de gezondheid van mensen gelinkt aan diversiteit, gelijkheid en inclusie. (Zie vraag 2.14)	

Afweging:

In de bovenstaande tabel is een samenvatting gegeven van wat er in het assessment is beschreven binnen de verschillende hoofdstukken. Dat komt samengevat op het volgende neer:

Hoofdstuk 2

In hoofdstuk 2 van het KIA beschrijven we de positieve effecten van TikTok. Het sociale medium draagt op diverse vlakken (potentieel) bij aan het welzijn. Voorbeelden zijn het bijdragen aan zelfverwezenlijking, empowerment, creativiteit, de ontwikkeling van vaardigheden en competenties, emotionele regulatie, sociale verbondenheid, diversiteit, gelijkheid en inclusie.

Hoofdstuk 3

In hoofdstuk 3 van het KIA laten we zien dat aan het gebruik van TikTok verschillende risico's kleven die grote negatieve impact (kunnen) hebben op kinderen. Bij een deel van deze risico's geeft wetenschappelijk onderzoek een indicatie voor schade bij kinderen. Hoofdstuk 3 sloot af met brutorisico's die kinderen lopen op de socialmediaplatformen.

Hoofdstuk 4

In hoofdstuk 4 hebben we de brutorisico's tegen de maatregelen afgezet om zo het nettorisico dat kinderen lopen op de platformen over te houden. Wij konden de effectiviteit van de maatregelen echter niet beoordelen, omdat de benodigde kennis over deze effectiviteit niet openbaar bekend is. In dit licht moet de onderstaande afweging dan ook worden gelezen.

Afweging

In deze belangenafweging zetten wij de zojuist beschreven voor- en nadelen tegen elkaar af. De handleiding stelt dat er geen harde en objectieve criteria bestaan om de verschillende rechten, belangen en doelstellingen tegen elkaar af te wegen. In het algemeen kan echter worden gesteld dat, hoe ernstiger de verwachte impact op de rechten en het welzijn van kinderen is, hoe zwaarder de doelen moeten wegen, aldus de handleiding. Dienovereenkomstig laat de tabel zien dat er veel verschillende belangen zijn die zich in de praktijk lastig tegen elkaar laten afwegen. Volgens de handleiding kunnen commerciële belangen niet zwaarder wegen dan de belangen van het kind, tenzij dit zeer goed kan worden onderbouwd en er beschermende maatregelen getroffen worden.

Bij het afwegen van de voor- en nadelen, moet rekening gehouden worden dat het ene belang, bijvoorbeeld het beschermen van kinderrechten, zwaarder kan wegen dan het andere belang, zoals het commercieel belang van het bedrijf, aldus de handleiding.

Voor het toekennen van gewicht redeneren wij vanuit het voorzorgsbeginsel. Het voorzorgsbeginsel is een belangrijk principe binnen het internationaal en Europees recht. Nederland heeft zich aan deze rechten gecommitteerd. Het houdt in dat, wanneer er een vermoeden bestaat dat een bepaalde handeling schadelijk kan zijn voor de gezondheid of het welzijn van kinderen, er voorzorgsmaatregelen moeten worden genomen, zelfs als er nog geen volledige (wetenschappelijke) zekerheid is over (de uitwerking van) de risico's. Het doel van het voorzorgsbeginsel is om ervoor te zorgen dat de rechten en het welzijn van kinderen altijd voorop staan, en dat er geen onnodige risico's worden genomen die hun gezondheid of ontwikkeling kunnen schaden.^{412, 413}

Concluderend stellen wij vast dat, met betrekking tot de risico's beschreven in hoofdstuk 3, van TikTok verwacht mag worden dat de digitale dienst, in het licht van het voorzorgsbeginsel, maatregelen treft om deze potentiële risico's zoveel mogelijk te beperken. In hoofdstuk 4 zijn de openbaar bekende mitigerende maatregelen uiteengezet die TikTok neemt, maar kunnen wij niet beoordelen of deze maatregelen ook daadwerkelijk effectief zijn en daarmee geen taxatie maken van het restrisico voor kinderen. Daarnaast hebben wij als onderzoekers geen documenten gevonden die verklaren waarom de commerciële belangen zwaarder zouden wegen dan het mitigeren van de risico's die kinderen lopen. Hierbij merken we op dat we geen toegang hebben tot niet-openbare bronnen van TikTok. Op basis van de beschikbare gegevens concluderen we gezien de potentiële impact en het voorzorgsbeginsel, dat de in dit assessment geïdentificeerde risico's voor kinderen zwaarder wegen dan de positieve effecten en commerciële belangen.

⁴¹² Kegge, R., & de Graaf, K. (2024, oktober 7). Factsheet voorzorgsbeginsel.

Tweede Kamer [Toelichting factsheet Voorzorgsbeginsel door auteurs](#) | [Tweede Kamer der Staten-Generaal](#)

⁴¹³ European Union. (z.d.). The precautionary principle. EUR-Lex. van <https://eur-lex.europa.eu/NL/legal-content/summary/the-precautionary-principle.html>

5.4 **Conclusie:** *Gegeven uw antwoord op bovenstaande vragen, wat is uw conclusie met betrekking tot het ontwerp en de inzet van uw (voorgenomen) digitale dienst?*

Uit de antwoorden bij vraag 5.1 blijkt dat TikTok, ondanks dat er operationeel verlies wordt gedraaid, effectief is in het behalen van de commerciële subdoelen. Dit is zichtbaar in de sterke groei van gebruikersaantallen en de stijgende adverteerdersaantallen. De impact op het welzijn van gebruikers is echter minder eenduidig. Recent Nederlands onderzoek toont aan dat TikTok, als meest gebruikte socialmediaplatform onder jongeren, een significant negatief effect heeft op hun mentale gezondheid, waarbij ruim 71% van de gebruikers negatieve effecten ervaart op welzijn, zelfvertrouwen en vriendschappen, terwijl slechts ongeveer 4% positieve effecten rapporteert.⁴¹⁴

Het onderzoek naar subsidiariteit in vraag 5.2 toont aan dat de huidige platforminrichting niet de enige weg is. Er zijn alternatieve manieren om bij te dragen aan het welzijn van kinderen, die minder risico's met zich meebrengen. Voor TikTok zijn dit bijvoorbeeld het inzetten van adequate leeftijdsverificatie en het inrichten van fair design.

Op basis van de geraadpleegde bronnen, wijst onze analyse in 5.3 op de volgende bevinding: de risico's van het gebruik van TikTok in de huidige vorm kan negatieve impact hebben op de rechten en het welzijn van kinderen. Met name de risico's die we identificeren onder 'geavanceerde technologie' (3.5) versterken de problematiek voor jonge gebruikers. Voor TikTok zijn dit de risico's rondom age assurance, recommender systems en deceptive designs.

Dit betekent echter niet dat we stellen dat TikTok geen voordelen oplevert voor kinderen. We zien dat het platform een relevante positieve bijdrage levert aan de rechten van het kind, bijvoorbeeld aan het recht op participatie, het recht op informatie en het recht op vrijheid van meningsuiting. Het platform zorgt er namelijk voor dat kinderen kunnen meedoen in de digitale wereld waar deze rechten tot uiting kunnen komen. Tegelijkertijd is bij gebruik van de digitale dienst mogelijk sprake van risico's. Deze risico's zijn vaak terug te voeren op het verdienmodel van het platform en daarmee kunnen ze op gespannen voet staan met de rechten en het welzijn van kinderen. TikTok kan echter ook op een manier worden vormgegeven dat de risico's aanzienlijk gemitigeerd worden en het platform onderaan de streep wél een overwegend positieve bijdrage levert aan kinderrechten.

Net zoals in de offline wereld kunnen ook in de online wereld niet alle sociale en maatschappelijke risico's volledig worden uitgebannen. Tegelijkertijd hebben we ook diverse risico's genoemd die juist gestimuleerd worden door het ontwerp van de platforms en daar heeft TikTok ons inziens een zorgplicht in.

Concluderend stellen wij dat er zijn aanvullende maatregelen denkbaar zijn om de potentiële schadelijke impact van de risico's verder te mitigeren (zie vraag 5.5 en 5.6). Adequate mogelijkheden voor leeftijdsverificatie voor kinderen lijken hierbij dan het meest van belang.

5.5 **Vervolgacties:** *Welke acties zijn nodig om de bevindingen uit dit assessment goed te borgen?*

Er kunnen verschillende acties in gang worden gezet om de bevindingen uit dit assessment goed te borgen. In het licht van het voorzorgsbeginsel stellen wij dat voor de potentiële risico's uit hoofdstuk 3 (aanvullende) maatregelen kunnen worden getroffen om de impact van de potentiële risico's beter te mitigeren.

In paragraaf 5.2 beschrijven we enkele maatregelen die de platformen kunnen treffen. Deze maatregelen gaan over het mitigeren van de risico's die wij zien ten aanzien van geavanceerde technologie, te weten deceptive design, recommender systems en age assurance. Als er maatregelen tegen de geavanceerde technologierisico's worden genomen, verminderen de risico's binnen andere thema's ook. Een voorbeeld hiervan is dat veel maatregelen die platformen voor de bescherming van kinderen nemen, afhankelijk zijn van een effectieve leeftijdsverificatie. Wanneer kinderen een account voor volwassenen hebben, bereiken de bestaande maatregelen het beoogde effect niet. Een ander voorbeeld is dat bij maatregelen tegen recommender systems, kinderen in mindere mate in een fuik van desinformatie en schadelijke content getrokken kunnen worden,

⁴¹⁴ Van der Wal, A., Beyens, I., Janssen, L. H. C., & Valkenburg, P. M. (2024). Social Media Use Leads to Negative Mental Health Outcomes for Most Adolescents. Pre-Print Available at: <https://osf.io/preprints/psyarxiv/qegrn>

maar ook dat zij simpelweg minder lang scrollen op hun telefoon, omdat er niet constant interessante content wordt getoond. Dit leidt tot minder verslavend gedrag.

1. Betere maatregelen voor age assurance

Veel maatregelen die TikTok treft om de rechten en het welzijn van kinderen te beschermen, zijn afhankelijk van effectieve age assurance. Met effectieve leeftijdsverificatie worden kinderen beter beschermd met behulp van leeftijdsspecifieke maatregelen die TikTok reeds treft, zoals het beperken van de livestream voor kinderen. Zie voor de overige reeds getroffen maatregelen (voor zover wij die hebben kunnen traceren) hoofdstuk 4. Daarnaast wordt met adequate leeftijdsverificatie vermeden dat kinderen onder de door de platformen vereiste minimumleeftijd van 13 jaar op de platformen actief zijn. Kinderen onder de 13 jaar hebben dan geen toegang tot platformen die niet geschikt zijn voor hen.

2. Maatregelen tegen deceptive design

Als onderzoekers zien wij de risico's die gepaard gaan met het gebruik van 'deceptive design' op TikTok. Deceptive design omvat alle praktijken die gericht zijn op het beïnvloeden van consumenten tot het maken van keuzes die ze anders niet zouden maken. Kinderen moeten niet worden geconfronteerd met manipulatieve technieken. Zoals beschreven bij vraag 5.2, kan hiervoor gebruik worden gemaakt van het zogenoemde 'fair design'. Dit betekent dat er geen sprake mag zijn van het inzetten van deceptive designs. Kinderen moeten goed en duidelijk geïnformeerd worden over de keuzes die ze hebben en kunnen maken bij het gebruik van de digitale dienst. Dit moet op een manier worden gecommuniceerd die voor kinderen begrijpelijk is. Ook kan het design kindvriendelijk worden ingericht, waarbij instellingen en meldingen tegen bijvoorbeeld schadelijke content gemakkelijk gevonden en uitgevoerd kunnen worden door kinderen. De dienst moet transparant en helder zijn over het proces dat het doen van een melding met zich meebrengt.

3. Maatregelen tegen recommender systems

Het recommender system – oftewel aanbevelingssysteem – laat gebruikers gepersonaliseerde content zien op basis van hun eerdere interacties en voorkeuren. Het systeem profileert de gebruiker via het gedrag op het platform. Zoals in hoofdstuk 3 beschreven, zijn hier risico's aan verbonden, zoals verslavend gedrag doordat er constant content wordt aangeboden die de gebruiker blijft boeien of de gebruiker hoopt op nog weer een leuke(re) post of video. Daarnaast blijven gebruikers voornamelijk inhoud zien die hun bestaande overtuigingen en voorkeuren bevestigt. Dit kan de blootstelling aan diverse perspectieven beperken en polarisatie bevorderen. De inhoud die kinderen zien, kan ook misinformatie en schadelijke inhoud bevatten. Ten slotte, roept het verzamelen en analyseren van gebruikersdata voor gepersonaliseerde aanbevelingen privacykwesties op, voor kinderen in het bijzonder. Zie voor de volledige beschrijving van dit risico hoofdstuk 3.

Als maatregel tegen recommender systems mogen kinderen op TikTok niet (commercieel) geprofileerd worden en moeten de recommender systems uitgeschakeld worden op de accounts van minderjarige gebruikers. Op deze manier zien kinderen in mindere mate de inhoud die ze interessant vinden, waardoor ze minder lang op het platform blijven hangen, wat leidt tot het minder snel ontwikkelen van problematisch socialmediagebruik. Problematisch socialmediagebruik heeft naast gevolgen voor verslaving, ook gevolgen voor het welzijn en de gezondheid van kinderen, zoals beschreven in hoofdstuk 3.

Een andere mogelijkheid is het beperken van de 'doorscrollmogelijkheid'. Met andere woorden, het instellen van een limiet op de feed. Dit houdt in dat na een bepaald aantal berichten of een bepaalde tijd, kinderen niet meer kunnen doorscrollen en er geen nieuwe content meer verschijnt. Op dit moment kunnen gebruikers dit limiet zelf wel inschakelen, maar kunnen ze deze ook gemakkelijk weer uitschakelen, waardoor dit veel discipline vergt. Wij pleiten voor een default limiet voor kinderen, die niet uit te schakelen is.

Ons inziens is een combinatie van bovenstaande maatregelen – niet profileren, het uitschakelen van het recommender system en het limiteren van de doorscrollmogelijkheid – een goed pakket aan maatregelen, omdat kinderen dan beschermd worden tegen de beschreven cross-cuttingrisico's. Deze maatregelen beperken tevens het verslavende effect van de digitale diensten.

5.6 **Monitoring:** *Op welke manier kunt u monitoren dat geformuleerde beheersmaatregelen effectief worden uitgevoerd? Op welke termijn en onder welke omstandigheden voert u het KIA opnieuw uit?*

Voor wat betreft monitoring moet volgens de KIA-handleiding expliciet gemaakt worden hoe de digitale dienst ervoor zorgt dat de beheersmaatregelen worden uitgevoerd en hoe de digitale dienst omgaat met toekomstige wijzigingen in het ontwerp en het periodiek uitvoeren van het KIA.

Wij, als externe onderzoekers, kunnen geen interne monitoringsmaatregelen beschrijven, omdat wij geen onderdeel zijn van het bedrijf achter de digitale dienst. We bevelen echter aan dat TikTok het KIA zelf uitvoert. Als onderzoekers beschikken wij over beperkte informatie. Met de bij het platform bekende informatie, kan TikTok het KIA daarentegen volledig en daarmee effectiever uitvoeren. Wij achten het van belang dat de digitale dienst de monitoring uitvoert in samenwerking met een interdisciplinair team bestaande uit kinderrechtexperts, kinderen en ouders.

Daarnaast zijn verschillende ontwikkelingen die ervoor zorgen dat TikTok extern gemonitord wordt of dat zal gaan worden. Een voorbeeld hiervan betreft de onderzoeksbevoegdheden van de digitaaldienstencoördinatoren onder de Digitaaldienstenverordening.⁴¹⁵ Daarnaast zal de volgende Europese Commissie specifieke maatregelen voorstellen waaronder een Digital Fairness Act om manipulatieve commerciële praktijken aan te pakken die verband houden met deceptive design, het verslavende ontwerp van digitale producten en online profilering, met name wanneer de kwetsbaarheden van consumenten worden uitgebuit voor commerciële doeleinden.⁴¹⁶ Deze verordening zal naar alle waarschijnlijkheid ook verschillende handhavingsmogelijkheden bevatten. Voor overheden is het van belang de toezichthouders te voorzien van de juiste middelen en hen te versterken in de uitvoeringskracht om de wettelijke taken uit te kunnen voeren.

⁴¹⁵ [Regulation - 2022/2065 - EN - DSA - EUR-Lex](#)

⁴¹⁶ European Commission. (2024). Q&A on the precautionary principle. Geraadpleegd op 19 november 2024, van https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/qanda_24_4909

Bijlage 1:

Hoor en wederhoor

Zoals aangegeven in de leeswijzer van het KIA hebben we in fase 4 van het onderzoek hoor en wederhoor toegepast. Wij hebben de conceptversie van het KIA met TikTok gedeeld met de vraag of zij het document op feitelijke onjuistheden wilde checken. TikTok heeft geen feitelijke onjuistheden benoemd danwel correcties hierop aangedragen. Daarnaast heeft BZK TikTok de mogelijkheid geboden om een zienswijze op de concept documenten te geven. TikTok heeft een zienswijze ingediend. De ingediende zienswijze van TikTok, de reactie van Berenschot en de reactie van BZK zijn te vinden in deze bijlage.

Opmerking Berenschot: Hieronder wordt de zienswijze TikTok weergegeven. De zienswijze is in PDF format bij BZK aangeleverd. De zienswijze is om te kunnen voldoen aan de eisen van digitale toegankelijkheid in haar volledigheid in dit rapport overgenomen.

1. Zienswijze TikTok

Zienswijze KIA TikTok

- TikTok zet zich in het beschermen van minderjarige gebruikers en daarmee de naleving en van wet- en regelgeving die deze gebruikers dient te beschermen
- Wet- en regelgeving, en zeker conclusies over de naleving daarvan, dienen gebaseerd te zijn op zorgvuldige analyses en feitenonderzoek. Dit KIA mist een duidelijke juridische grondslag, afbakening van de scope en de juiste informatie en expertise om dergelijke conclusies te trekken. Dit leidt tot onjuistheden en verkeerde assumpties.
- De KIA negeert daarmee tevens de rol en verantwoordelijkheden van Europese en nationale toezichthouders op dit onderwerp
- Hierdoor ontbreekt een betrouwbare basis om een vruchtbare discussie te kunnen voeren over de bescherming van fundamentele rechten van jongeren online.

TikTok's missie is om creativiteit te stimuleren en gebruikers plezier te laten beleven. De veiligheid en het welzijn van onze gebruikers is het fundament onder deze missie en van het ontwerp en toepassing van onze producten en beleid. We erkennen ook onze positie in de samenleving, met ruim 6 miljoen gebruikers in Nederland en bijna 160 miljoen in de Europese Unie (EU). We nemen deze verantwoordelijkheid richting onze gebruikers zeer serieus, met name richting minderjarige gebruikers of gebruikers uit minderheden. Dit doen we door het prioriteren van investeringen in veiligheid, onze compliance en proactieve samenwerking met overheden en andere relevante maatschappelijke partijen. Zo geloven we samen te bouwen aan een veilige en plezierige online omgeving voor al onze gebruikers.

Desalniettemin hebben we besloten om niet deel te nemen aan dit Kinderrechten Impact Assessment (KIA) omdat we fundamentele zorgen hebben over het gebrek aan kennis en informatie om een zorgvuldige en complete analyse te maken van de dienst die TikTok haar gebruikers biedt. Ondanks dat het KIA niet een toezichthoudend instrument is, blijkt deze in de praktijk de facto wel met die bril toegepast te worden. Zonder zorgvuldig feitenonderzoek doet dit KIA daarmee afbreuk aan een constructieve discussie over de bescherming van de fundamentele rechten van jongeren online. We lichten deze zorgen graag verder toe.

Digital Services Act

TikTok is een Very Large Online Platform (VLOP) onder de Digital Services Act (DSA) waarop, onder de jurisdictie van de Europese Commissie (EC) en Coimisiún na Meán (CnaM, TikTok's Ierse Digital Service Coordinator (DSC)), exclusief toezicht gehouden wordt. De DSA stelt veel verplichtingen aan VLOPs, waaronder zelf-toegepaste risk assessments voor mogelijke systeemrisico's, inclusief over de bescherming van de fundamentele rechten van minderjarigen. TikTok voert al sinds augustus 2023 deze risk assessments jaarlijks uit. De DSA introduceert ook audits door externe gecertificeerde partijen over TikTok's compliance met de DSA. Verder geeft de DSA de EC en nationale toezichthouders een uitgebreid palet aan maatregelen en middelen voor feitenonderzoek naar, het stimuleren en het afdwingen van compliance. Deze toezichthoudende middelen en de ontwikkeling van gestandaardiseerde richtlijnen voor de interpretatie en toepassing van de DSA, zorgen voor een duidelijke en betrouwbare basis voor een dialoog tussen platforms en toezichthouder en voor heldere handhaving indien nodig. Deze zorgvuldigheid qua juridische grondslag, scope, verantwoordelijkheden en inhoud ontbreekt volledig in dit KIA. Naast de DSA worden ook op vele andere wetten door allerhande Europese en nationale toezichthouders toezicht gehouden op de sector.

Beperkingen KIA

Het KIA is origineel ontworpen om uitgevoerd te worden door onlinediensten zelf om zo bescherming van de fundamentele rechten van minderjarigen te borgen in het ontwerpproces van onlinediensten. De risk assessments die TikTok al jaarlijks uitvoert onder toezicht van de EC zijn zeer uitgebreid en bevatten zeer gedetailleerde beschrijvingen van onze dienst inclusief veiligheidsmaatregelen en bewuste ontwerpkeuzes. Deze assessments inclusief onze maatregelen en hun effectiviteit zijn niet allemaal publiek, maar wel inzichtelijk voor onze toezichthouders.

Dit assessment is uitgevoerd door een extern bureau dat geen toezichthouder is noch de toegang tot de informatie, de expertise of de tijd heeft gehad om een correcte inschatting te kunnen maken van ons platform, beleid en veiligheidsmaatregelen. Het bureau erkent zelf ook haar beperkingen door het benoemen van de beperkte scope van zowel de beschrijving van de risico's als de beperkte scope van het overzicht van beschikbaar wetenschappelijk onderzoek. Daarnaast erkent het bureau telkens opnieuw dat het geen assessment kan doen van de kans dat een risico zich voordoet of van de mogelijke effectiviteit van de veiligheidsmaatregelen die TikTok treft. Zonder deze inzichten valt het te betwijfelen dat er daadwerkelijk betrouwbare conclusies of aanbevelingen kunnen volgen uit het assessment.

Dit gebrek aan zorgvuldigheid en betrouwbaarheid is terug te vinden in het gehele rapport, wat resulteert in legio fouten. Van het gebruik van onkrachte, speculatieve nieuwsberichten en rapporten als bronnen tot het beschrijven van functionaliteiten van TikTok die niet beschikbaar zijn in Nederland en het trekken van conclusies over onze compliance en beleid op lang verholpen aanwijzingen door toezichthouders. Dit KIA probeert desondanks toch vergaande conclusies te trekken op basis van de gemankeerde onderbouwing. Dit baart ons zorgen als basis voor een toekomstige dialoog met de overheid en voor toekomstig beleid.

Conclusie

Als TikTok blijven we ons inspannen voor de bescherming van onze gebruikers en dus ook aan onze compliance inspanningen onder wet- en regelgeving. Risk assessments kunnen zeker een zeer effectief middel zijn om compliance en transparantie te stimuleren en zo 'best practices' voor een veilige online omgeving te vinden en breder te introduceren. We geloven ook dat een veiligere en prettigere online omgeving alleen bereikt kan worden door samenwerking en overleg tussen alle betrokken stakeholders inclusief overheid, bedrijven, en gebruikers. Dat blijven we dan ook doen in Nederland en daarbuiten.

Dit KIA weet echter slechts een gemankeerde analyse van ons platform veiligheidsmaatregelen te maken door haar ontwerp en uitvoering. Het zorgt daarmee voor een slecht geïnformeerde bodem voor een discussie over dit belangrijke onderwerp. Het hindert daarmee ook het toezicht van de EC en nationale toezichthouders, die wél de juiste middelen tot haar beschikking hebben. Het negeert de huidige en toekomstige initiatieven op Europees niveau die als doel hebben om met alle betrokken partijen en lidstaten concrete stappen te zetten ter bescherming van fundamentele rechten in de digitale wereld, zoals de Code of Conduct on Disinformation of

de Code of Conduct on Age Appropriate Design. Het zetten van deze stappen op EU niveau met oog voor het uitvoeren van bestaande wet- en regelgeving levert concreet resultaat op.

2. Reactie Berenschot op zienswijze TikTok

2.1 Aanleiding

Op 11 februari 2025 heeft Berenschot de afgeronde documenten van het Kinderrechten Impact Assessment (KIA) aan Snap, TikTok en Meta (Instagram) voorgelegd. Deze documenten worden door het ministerie van BZK aan de Tweede Kamer aangeboden. Alvorens dit wordt gedaan heeft het ministerie de digitale diensten de mogelijkheid geboden om een zienswijze op de afgeronde assessments te geven. Deze zienswijzen zijn als bijlage toegevoegd aan de uitwerking van de KIA's. De deadline voor de indiening van de zienswijzen was 10 maart 2025.

Het ministerie heeft een zienswijze ontvangen van TikTok en Snap. Meta (Instagram) heeft via een e-mail aangegeven af te zien van het indienen van een zienswijze. Hiernavolgend zetten wij als onderzoekers van Berenschot onze reactie op de ingediende zienswijze van TikTok uiteen.

In deze reactie gaan wij in op een aantal thema's die in de zienswijze van TikTok zijn benoemd. Allereerst gaan we in op de bestaande inzet van de digitale dienst voor het beschermen van kinderen op het TikTok platform. Vervolgens gaan we in op de juridische grondslag en de scope van het KIA. Na deze uiteenzetting gaan we in op de opmerkingen over de feitelijke onjuistheden en verkeerde assumpties die volgens TikTok in de uitwerking van het KIA staan. Vervolgens gaan we in op de door de digitale dienst ervaren beperkingen en de opmerking over de expertise van Berenschot. We sluiten af met een korte conclusie.

2.2 De bestaande inzet van de digitale dienst

TikTok geeft in de zienswijze aan dat het bedrijf zich in wil zetten om haar online omgeving voor kinderen zo veilig mogelijk te maken. De dienst treft allerlei maatregelen om deze bescherming te waarborgen, zoals het modereren van content. Dat deze maatregelen worden genomen blijkt ook uit de uitvoering van het KIA. Het KIA beschrijft allereerst de bruto risico's. Hierbij worden de volgende vragen beantwoord: (1) welke risico's lopen kinderen bij het gebruik van de digitale dienst als er géén maatregelen worden genomen en (2) welke impact hebben deze bruto risico's op de rechten en het welzijn van kinderen? Vervolgens moeten de netto risico's worden bepaald op basis van de effectiviteit van de getroffen maatregelen.

Het KIA is uitgevoerd door externe onderzoekers zonder toegang tot interne informatie van TikTok. Dit brengt voor de uitvoering van dit impact assessment een beperking met zich mee, omdat externe onderzoekers de effectiviteit van de maatregelen niet kunnen beoordelen zonder toegang tot volledige informatie. TikTok geeft in haar zienswijze aan dat de risicobeoordelingen, die verplicht zijn onder de DDV, inclusief de maatregelen en hun effectiviteit niet allemaal openbaar zijn, en alleen inzichtelijk zijn voor de toezichthouders. Hierdoor kunnen wij geen netto risico omschrijven. Dit hebben we ook op deze manier in de assessments aangegeven. In het KIA geven we dan ook aan dat TikTok verschillende maatregelen treft om mogelijke risico's die zich voordoen voor kinderen te mitigeren, maar dat wij de effectiviteit hiervan niet kunnen beoordelen. Ook geven we aan dat er mogelijk aanvullende maatregelen worden getroffen waar wij geen zicht op hebben.

2.3 Juridische grondslag en scope Kinderrechten Impact Assessment

TikTok geeft aan dat het KIA een duidelijke juridische grondslag, afbakening van de scope en juiste informatie mist. De digitale dienst geeft in de zienswijze tevens aan dat zij van mening is dat het KIA in de uitvoering als een toezichthoudend instrument is toegepast. Daarnaast geeft TikTok aan dat zij reeds moet voldoen aan verplichtingen op basis van de Digitale Dienstenverordening (DDV) en diverse andere wetten. Het KIA mist volgens TikTok zorgvuldigheid qua juridische grondslag, scope, verantwoordelijkheden en inhoud die de DDV wel biedt. De uitvoering van het KIA negeert volgens TikTok de Europese Commissie en nationale toezichthouders in hun rol.

Het KIA bevat qua thema's inderdaad overlap met bovengenoemde wet- en regelgeving, dat laat het juridisch kader van het KIA ook zien. Het fundamentele verschil is dat het KIA een hele duidelijke scope heeft: de impact van het gebruik van een digitale dienst op de rechten en het welzijn van kinderen. De scope van de voorgenoemde wet- en regelgeving is breder en daarmee niet louter gericht op kinderen. Er is geen specifieke wettelijke verplichting tot het uitvoeren van een KIA, maar het KIA stelt digitale diensten in staat om systematisch in te zoomen op de rechten en het welzijn van kinderen. Het KIA biedt mogelijkheden om in te gaan op de positieve effecten die digitale diensten voor kinderen met zich mee brengen en identificeert eventuele negatieve effecten. Om adequate beschermingsmaatregelen te kunnen bieden voor kinderen is het van belang om inzicht te verkrijgen in de positieve en negatieve effecten die digitale diensten kunnen hebben op kinderen. BZK heeft met het KIA een instrument laten ontwikkelen waarmee deze effecten inzichtelijk kunnen worden gemaakt.

2.4 Beperkingen

TikTok geeft aan dat de externe onderzoekers geen toegang hadden tot interne informatie, waardoor er volgens hen geen correcte inschatting is gemaakt van het platform, het beleid en veiligheidsmaatregelen. Wij onderschrijven het belang van de medewerking van de digitale dienst op het moment dat het KIA wordt uitgevoerd door externe onderzoekers. Om die reden zijn de platformen uitgenodigd om mee te werken aan de uitvoering van de KIA en te reageren op de resultaten. Het belang van betrokkenheid van digitale diensten wordt bovendien meegenomen bij de doorontwikkeling van het KIA. Door mogelijk gebrek aan beschikbare informatie kunnen externen de kans dat kinderen in aanraking komen met de risico's en de effectiviteit van maatregelen tegen risico's namelijk niet (voldoende) beoordelen. Dit hebben wij ook als zodanig aangegeven in het KIA. Wetenschappelijk onderzoek toont in dit geval echter aan dat de geïdentificeerde risico's, wanneer deze zich voordoen op de platforms, negatieve gevolgen kunnen hebben voor kinderen. Na zorgvuldige overweging hebben wij besloten om vanwege het gebrek aan voldoende informatie over de kans dat een risico zich voordoet, ook de inschaling van de impact van het risico achterwege te laten. Dit om te voorkomen dat er een vertekend beeld ontstaat over de totale beoordeling van de risico-inschatting. Hoewel wij dus geen uitspraken kunnen doen over de totale risico inschatting (kans × impact) willen wij benadrukken dat het impact assessment meer is dan slechts een risk assessment. De inzichten uit deze impactanalyse leveren, met inachtneming van het voorzorgsbeginsel, meerwaarde op.

Ten slotte is het KIA niet bedoeld als compliance instrument en is het in het onderhavige onderzoek niet als zodanig ingezet. Om verwarring te voorkomen hebben we in hoofdstuk 5 een aantal verwijzingen naar artikelen in de DDV verwijderd. Het verwijderen van deze passages heeft niet geleid tot andere conclusies.

Wij hebben in opdracht van BZK het KIA als instrument geëvalueerd na de uitvoering van de assessments. Het KIA kan goed ingezet worden om de positieve en negatieve impact van een digitale dienst systematisch in beeld te brengen en biedt hiermee maatschappelijke meerwaarde.

Eén van onze bevindingen is dat in de huidige vorm een ongelijke verdeling bestaat in het onderzoeken van de positieve en negatieve impact. Voor de analyse van mogelijke risico's is een relatief open format opgesteld (er worden categorieën uitgevraagd), terwijl er bij de kansen die de digitale dienst met zich meebrengt naar specifieke waarden wordt gevraagd. Een evenwichtigere balans in de vraagstelling over positieve en negatieve impact is een van de aanbevelingen die wij doen voor doorontwikkeling van het instrument.

2.5 Accurate en volledige informatie

In de zienswijze van TikTok wordt aangegeven dat er feitelijke onjuistheden in de uitwerking van het assessment staan. Wij hebben de uitvoering van het assessment gebaseerd op publieke bronnen. Voor de uitvoering van het KIA is uitgebreid onderzoek gedaan naar de kansen en risico's die het gebruik van de dienst met zich meebrengt in relatie tot de rechten en het welzijn van kinderen. De bevindingen uit het onderzoek zijn onderbouwd met informatie afkomstig van openbare bronnen van de dienst zelf, wetenschappelijke literatuur en rapporten van erkende instituties en adviesorganen, overheidsdocumenten als ook nieuwsberichten van gerenommeerde media om de bevindingen te illustreren met voorbeelden. Alle bevindingen zijn voorzien van voetnoten met verwijzingen naar de geraadpleegde bronnen en de bijbehorende websites.

Het onderzoek is uitgevoerd met publiek toegankelijke informatie, omdat de onderzoekers geen toegang hebben gekregen tot niet-openbare bedrijfsinformatie van de digitale dienst. Voorafgaand aan het uitvoeren van de KIA's is aan TikTok gevraagd om medewerking te verlenen aan de uitvoering. Hier heeft TikTok vanaf gezien. Vervolgens hebben wij gedurende de uitvoering van het onderzoek de digitale dienst een aantal concrete vragen voorgelegd om verheldering te vragen en extra informatie te verkrijgen. Op deze vragen hebben wij geen antwoorden gekregen. Na de uitvoering van het assessment hebben wij de uitwerking van het KIA in concept gedeeld met TikTok met het verzoek om eventuele feitelijke onjuistheden aan te wijzen, zodat wij deze zouden kunnen aanpassen voorafgaand aan publicatie. Hier heeft TikTok geen gehoor aan gegeven. Ook maakt de zienswijze van TikTok niet duidelijk welke feitelijke onjuistheden er zouden zijn.

TikTok geeft aan dat er speculatieve bronnen en nieuwsberichten worden gebruikt in het assessment. Het wordt uit de zienswijze niet duidelijk welke rapporten, bronnen of nieuwsberichten worden bedoeld. De onderzoekers hebben in het concept assessment van TikTok verwezen naar nieuwsberichten over gelekte documenten inzake een rechtszaak rondom TikTok. Wij hebben de verwijzing naar deze nieuwsberichten uit de definitieve versie van het assessment verwijderd, omdat deze berichten eventueel als speculatief beschouwd zouden kunnen worden. De nieuwsberichten waren slechts illustratief gebruikt. Het verwijderen van deze nieuwsberichten verandert niets aan de hoofdboodschap in de betreffende paragrafen en de conclusies.

TikTok geeft in haar zienswijze aan dat de onderzoekers functionaliteiten beschrijven die niet beschikbaar zijn in Nederland. We hebben de beschreven functionaliteiten nogmaals grondig gecontroleerd. Bij functionaliteiten waar dit van toepassing is, hebben wij benoemd dat deze niet beschikbaar zijn in Nederland en geven we aan in welke landen de functionaliteiten wel beschikbaar zijn. Dit betreft in sommige gevallen ook landen binnen de Europese Unie en wij achten het daarom van waarde om de beschrijving van deze functionaliteiten wel mee te nemen in het assessment. Het niet beschikbaar zijn van deze functionaliteiten in Nederland heeft geen impact op de conclusies.

2.6 Expertise Berenschot

TikTok stelt in haar zienswijze dat het assessment is uitgevoerd door een extern bureau dat geen toezichthouder is en dat geen toegang tot de juiste informatie, expertise of tijd had om een correcte inschatting van TikTok te kunnen maken. De opdracht voor het uitvoeren van de KIA's is door het Ministerie van BZK aan Berenschot gegund. BZK heeft daarmee besloten dat het onderzoeksteam aangevuld met experts, waaronder een hoogleraar gespecialiseerd in kinderrechten en digitale technologie, in voldoende mate toegerust is om het assessment uit te voeren.

2.7 Conclusie

Wij gaan ervan uit hiermee voldoende toelichting te hebben gegeven op de zienswijze van TikTok. Het onderzoeksrapport dat met de KIA's wordt gepubliceerd geeft verdere toelichting op ons onderzoeksproces en de gehanteerde methodologieën. Ook zetten we in het rapport de beperkingen van het onderzoek uiteen. Deze benoemen we tevens in de leeswijzer waar het KIA mee start. Wij hopen dat de publicatie van de assessments het maatschappelijke en politieke debat over de impact die het gebruik van de digitale diensten kan hebben op de rechten en het welzijn van kinderen kan ondersteunen.

3. Reactie Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties op zienswijze TikTok

Opmerking Berenschot: Hieronder wordt de reactie van het ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties weergegeven. De reactie omvat de brief van het ministerie alsook de bijlagen zoals deze met TikTok is gedeeld. Deze bijlagen zijn een herhaling van bovenstaande zienswijze en de reactie van Berenschot.

TikTok

t.a.v. [REDACTED]
[REDACTED]

Datum 2 juni 2025

Betreft Zienswijze kinderrechten impact assessment

Geachte [REDACTED]

Met deze brief reageer ik op de zienswijze die TikTok heeft ingediend naar aanleiding van het kinderrechten impact assessment (KIA) dat Berenschot in mijn opdracht op TikTok heeft uitgevoerd en waarvan ik TikTok een conceptrapportage heb aangeboden. Ik heb uw zienswijze ook aan Berenschot voorgelegd en kennisgenomen van hun reactie daarop. Ik deel deze volledig en neem hun bevindingen hierbij over. De reactie van Berenschot vindt u in bijlage 1.

Naast deze brief bied ik u nogmaals een concept KIA aan. De KIA is mede op basis van uw opmerkingen aangepast. De aanbidding van deze KIA is uitsluitend ter informatie; een nieuwe zienswijze is niet aan de orde.

Zienswijze

In de zienswijze geeft TikTok – zakelijk weergegeven – het volgende aan.

1. Wet- en regelgeving, en zeker conclusies over de naleving daarvan, dienen gebaseerd te zijn op zorgvuldige analyses en feitenonderzoek. Dit KIA mist een duidelijke juridische grondslag, afbakening van de scope en de juiste informatie en expertise om dergelijke conclusies te trekken. Dit leidt tot onjuistheden en verkeerde assumpties.
2. Het KIA negeert daarmee tevens de rol en verantwoordelijkheden van Europese en nationale toezichthouders op dit onderwerp. TikTok is een Very Large Online Platform (VLOPs) onder Digital Service Act. Deze Act stelt veel verplichtingen aan VLOPs, waaronder zelf-toegepaste risk assessments voor mogelijke systeemrisico's, inclusief over de bescherming van de fundamentele rechten van minderjarigen.
3. Er is sprake van gebrek aan kennis en informatie om een zorgvuldige en complete analyse te maken van de dienst die TikTok gebruikers aanbiedt.
4. Het KIA wordt, hoewel geen toezichthoudend instrument, wel als zodanig toegepast. Het KIA is ontworpen om uitgevoerd te worden door online diensten zelf om zo bescherming van de fundamentele rechten van minderjarige te borgen in het ontwerpproces van onlinediensten.
5. Zonder zorgvuldig feitenonderzoek doet dit KIA daarmee afbreuk aan een constructieve discussie over de bescherming van de fundamentele rechten van jongeren online. Het assessment is uitgevoerd door een extern bureau dat geen toezichthouder is noch de toegang tot de informatie, de expertise of de tijd heeft gehad om een correcte inschatting te kunnen maken van ons platform, beleid en veiligheidsmaatregelen.

Reactie

Uw zienswijze geeft mij aanleiding tot de volgende opmerkingen.

Verhouding met de digitale dienstenverordening (DDV)

Het KIA is door mijn ministerie ontwikkeld om inzicht te krijgen in de positieve en negatieve effecten die een digitale dienst op kinderen kan hebben. Dat is belangrijk omdat met dat inzicht de juiste beschermingsmaatregelen kunnen worden genomen. Idealiter zet een ontwikkelaar van een digitale dienst het KIA in tijdens het ontwerpproces van de dienst, maar het is daartoe niet beperkt. Het kan ook worden ingezet bij bestaande digitale diensten. Het gebruik van het instrument is niet uitsluitend voorbehouden aan de ontwikkelaar van een dienst.

Ik voeg daaraan toe dat de toegepaste methodologie bij het KIA een hele gangbare methodologie is voor het instrument impact assessments. Ook andere impact assessments maken gebruik van deze methodologie, zoals het Impact Assessment Mensenrechten en Algoritmes (IAMA) en het rijksmodel Data Protection Impact Assessment (DPIA) die breed worden toegepast. Dan ligt het ook zeer voor de hand om dezelfde methodologie voor het KIA te gebruiken.

Het KIA heeft een aanvullend karakter ten opzichte van de risicobeoordelingen als bedoeld in de DDV. Het KIA betreft een ander type instrument en is ontworpen om een digitale dienst in staat te stellen om systematisch in te zoomen op de rechten en het welzijn van kinderen (zowel voor wat betreft kansen als risico's). De reikwijdte van de DDV (en bijvoorbeeld ook de Richtlijn audiovisuele mediadiensten) is breder en daarmee minder specifiek gericht op kinderen. Zo beschrijven de risicobeoordelingen als bedoeld in de DDV niet wat de impact van de risico's op het welzijn en de rechten van kinderen precies behelst.

Anders dan de risicobeoordelingen als bedoeld in de DDV, vormt het uitvoeren van het KIA bovendien geen (wettelijke) verplichting. Het KIA treedt ook niet in de plaats van de (wettelijke) verplichtingen. Het KIA vormt evenmin een toezichthoudend instrument en wordt ook niet als zodanig ingezet. Het KIA betreft immers geen instrument om de normen uit de DDV te toetsen of aan te vullen, toezicht op die normen te houden en/of handhavend op te treden ten aanzien van die normen. Het KIA is, met andere woorden, geen compliance-instrument, noch een toezichts-instrument; het is een impact-instrument.

De inzet van dit instrument door het ministerie van BZK wordt daarmee niet verhinderd door de DDV of andere wet- en regelgeving. Andersom hindert het KIA ook niet het toezicht van de verantwoordelijke toezichthouders op de DDV of andere wet- en regelgeving.

Het vergaren van informatie in de vorm van het KIA past binnen het ministerie van BZK in haar rol om discussies over de impact van digitale diensten op kinderrechten te faciliteren. Daarbij wijs ik ook op de taak van het ministerie op het terrein van online (grond)rechten, waaronder de online rechten van kinderen. Een nadere (juridische) grondslag is niet vereist.

De zorgvuldigheid en juistheid van het onderzoek

Het KIA is onderbouwd met informatie afkomstig van openbare bronnen van de dienst zelf, wetenschappelijke literatuur en rapporten van erkende instituties en adviesorganen, overheidsdocumenten als ook nieuwsberichten van gerenommeerde media om de bevindingen te illustreren met voorbeelden.

Het wordt uit de zienswijze ook niet duidelijk op welke bronnen en nieuwsberichten precies wordt gedoeld. In de conceptrapportage is verwezen naar nieuwsberichten over gelekte documenten over een rechtszaak tegen TikTok. Deze verwijzingen zullen uit de finale rapportage worden gehaald omdat deze eventueel als speculatief kunnen worden beschouwd. Het doel van het vermelden daarvan was enkel illustratief van aard.

Waar functionaliteiten zijn beschreven is aangegeven in welke landen die wel en niet beschikbaar zijn. Dat betreft soms lidstaten van de Europese Unie om welke reden het beschrijven van die functionaliteiten relevant is geacht.

Het onderzoek en de methodologie

Het KIA is uitgevoerd door externe, onafhankelijke onderzoekers, die geen toegang hadden tot interne informatie van uw dienst. Die informatie ziet op de effectiviteit van maatregelen om de online omgeving voor kinderen zo veilig mogelijk te maken. Hoewel door de onderzoekers om de informatie is gevraagd, heeft u

deze niet beschikbaar gesteld. Door gebrek aan informatie kon de effectiviteit van maatregelen en de kans dat kinderen in aanraking komen met risico's niet worden beoordeeld. Deze beperking is door de onderzoekers in het assessment aangegeven.

Belangrijk is ook dat wetenschappelijk onderzoek duidelijk aantoonde dat risico's, wanneer deze zich voordoen op de platforms, grote negatieve gevolgen hebben voor kinderen. Het is daarom mogelijk gefundeerde conclusies te trekken over de impact.

Ik hecht eraan te vermelden dat Berenschot een onafhankelijk bureau is dat beschikt over uitgebreide kennis en ervaring op gebied van assessments, digitalisering, technologie en wetgeving. Prof.dr.mr. Van der Hof is hoogleraar Recht en Digitale Technologie aan de Universiteit Leiden (met expertise op (digitale) kinderrechten) en is nauw betrokken geweest bij het gehele onderzoeksproces en het reviseren van de assessments. Het team beschikt daarmee over alle benodigde kennis en ervaring en was goed toegerust om de assessments uit te voeren.

Tenslotte merk ik nog op dat voorafgaand aan de uitvoering van het assessment aan TikTok medewerking is gevraagd maar dat TikTok daarvan heeft afgezien. TikTok heeft eveneens afgezien van het verzoek van Berenschot om eventuele feitelijke onjuistheden aan te wijzen in de aangeboden conceptrapportage.

Hoogachtend,

Eva Heijblom
Directeur-generaal Digitalisering en Overheidsorganisatie

Bijlage 1 Reactie Berenschot op zienswijze

Zienswijze KIA TikTok

- TikTok zet zich in het beschermen van minderjarige gebruikers en daarmee de naleving en van wet- en regelgeving die deze gebruikers dient te beschermen
- Wet- en regelgeving, en zeker conclusies over de naleving daarvan, dienen gebaseerd te zijn op zorgvuldige analyses en feitenonderzoek. Dit KIA mist een duidelijke juridische grondslag, afbakening van de scope en de juiste informatie en expertise om dergelijke conclusies te trekken. Dit leidt tot onjuistheden en verkeerde assumpties.
- De KIA negeert daarmee tevens de rol en verantwoordelijkheden van Europese en nationale toezichthouders op dit onderwerp
- Hierdoor ontbreekt een betrouwbare basis om een vruchtbare discussie te kunnen voeren over de bescherming van fundamentele rechten van jongeren online.

TikTok's missie is om creativiteit te stimuleren en gebruikers plezier te laten beleven. De veiligheid en het welzijn van onze gebruikers is het fundament onder deze missie en van het ontwerp en toepassing van onze producten en beleid. We erkennen ook onze positie in de samenleving, met ruim 6 miljoen gebruikers in Nederland en bijna 160 miljoen in de Europese Unie (EU). We nemen deze verantwoordelijkheid richting onze gebruikers zeer serieus, met name richting minderjarige gebruikers of gebruikers uit minderheden. Dit doen we door het prioriteren van investeringen in veiligheid, onze compliance en proactieve samenwerking met overheden en andere relevante maatschappelijke partijen. Zo geloven we samen te bouwen aan een veilige en plezierige online omgeving voor al onze gebruikers.

Desalniettemin hebben we besloten om niet deel te nemen aan dit Kinderrechten Impact Assessment (KIA) omdat we fundamentele zorgen hebben over het gebrek aan kennis en informatie om een zorgvuldige en complete analyse te maken van de dienst die TikTok haar gebruikers biedt. Ondanks dat het KIA niet een toezichthoudend instrument is, blijkt deze in de praktijk de facto wel met die bril toegepast te worden. Zonder zorgvuldig feitenonderzoek doet dit KIA daarmee afbreuk aan een constructieve discussie over de bescherming van de fundamentele rechten van jongeren online. We lichten deze zorgen graag verder toe.

Digital Services Act

TikTok is een Very Large Online Platform (VLOP) onder de Digital Services Act (DSA) waarop, onder de jurisdictie van de Europese Commissie (EC) en Coimisiún na Meán (CnaM, TikTok's Ierse Digital Service Coordinator (DSC)), exclusief toezicht gehouden wordt. De DSA stelt veel verplichtingen aan VLOPs, waaronder zelf-toegepaste risk assessments voor mogelijke systeemrisico's, inclusief over de bescherming van de fundamentele rechten van minderjarigen. TikTok voert al sinds augustus 2023 deze risk assessments jaarlijks uit. De DSA introduceert ook audits door externe gecertificeerde partijen over TikTok's compliance met de DSA. Verder geeft de DSA de EC en nationale toezichthouders een uitgebreid palet aan maatregelen en middelen voor feitenonderzoek naar, het stimuleren en het afdwingen van compliance. Deze toezichthoudende middelen en de ontwikkeling van gestandaardiseerde richtlijnen voor de interpretatie en toepassing van de DSA, zorgen voor een duidelijke en betrouwbare basis voor een dialoog tussen platforms en toezichthouder en voor heldere handhaving indien nodig. Deze zorgvuldigheid qua juridische grondslag, scope, verantwoordelijkheden en inhoud ontbreekt volledig in dit KIA. Naast de DSA worden ook op vele andere wetten door allerhande Europese en nationale toezichthouders toezicht gehouden op de sector.

Beperkingen KIA

Het KIA is origineel ontworpen om uitgevoerd te worden door onlinediensten zelf om zo bescherming van de fundamentele rechten van minderjarigen te borgen in het ontwerpproces van onlinediensten. De risk assessments die TikTok al jaarlijks uitvoert onder toezicht van de EC zijn zeer uitgebreid en bevatten zeer gedetailleerde beschrijvingen van onze dienst inclusief veiligheidsmaatregelen en bewuste ontwerpkeuzes. Deze assessments inclusief onze maatregelen en hun effectiviteit zijn niet allemaal publiek, maar wel inzichtelijk voor onze toezichthouders.

Dit assessment is uitgevoerd door een extern bureau dat geen toezichthouder is noch de toegang tot de informatie, de expertise of de tijd heeft gehad om een correcte inschatting te kunnen maken van ons platform, beleid en veiligheidsmaatregelen. Het bureau erkent zelf ook haar beperkingen door het benoemen van de beperkte scope van zowel de beschrijving van de risico's als de beperkte scope van het overzicht

van beschikbaar wetenschappelijk onderzoek. Daarnaast erkent het bureau telkens opnieuw dat het geen assessment kan doen van de kans dat een risico zich voordoet of van de mogelijke effectiviteit van de veiligheidsmaatregelen die TikTok treft. Zonder deze inzichten valt het te betwijfelen dat er daadwerkelijk betrouwbare conclusies of aanbevelingen kunnen volgen uit het assessment.

Dit gebrek aan zorgvuldigheid en betrouwbaarheid is terug te vinden in het gehele rapport, wat resulteert in legio fouten. Van het gebruik van ontkrachten, speculatieve nieuwsberichten en rapporten als bronnen tot het beschrijven van functionaliteiten van TikTok die niet beschikbaar zijn in Nederland en het trekken van conclusies over onze compliance en beleid op lang verholpen aanwijzingen door toezichthouders. Dit KIA probeert desondanks toch vergaande conclusies te trekken op basis van de gemankeerde onderbouwing. Dit baart ons zorgen als basis voor een toekomstige dialoog met de overheid en voor toekomstig beleid.

Conclusie

Als TikTok blijven we ons inspannen voor de bescherming van onze gebruikers en dus ook aan onze compliance inspanningen onder wet- en regelgeving. Risk assessments kunnen zeker een zeer effectief middel zijn om compliance en transparantie te stimuleren en zo 'best practices' voor een veilige online omgeving te vinden en breder te introduceren. We geloven ook dat een veiligere en prettigere online omgeving alleen bereikt kan worden door samenwerking en overleg tussen alle betrokken stakeholders inclusief overheid, bedrijven, en gebruikers. Dat blijven we dan ook doen in Nederland en daarbuiten.

Dit KIA weet echter slechts een gemankeerde analyse van ons platform veiligheidsmaatregelen te maken door haar ontwerp en uitvoering. Het zorgt daarmee voor een slecht geïnformeerde bodem voor een discussie over dit belangrijke onderwerp. Het hindert daarmee ook het toezicht van de EC en nationale toezichthouders, die wél de juiste middelen tot haar beschikking hebben. Het negeert de huidige en toekomstige initiatieven op Europees niveau die als doel hebben om met alle betrokken partijen en lidstaten concrete stappen te zetten ter bescherming van fundamentele rechten in de digitale wereld, zoals de Code of Conduct on Disinformation of de Code of Conduct on Age Appropriate Design. Het zetten van deze stappen op EU niveau met oog voor het uitvoeren van bestaande wet- en regelgeving levert concreet resultaat op.

Reactie Berenschot op zienswijze TikTok

1. Aanleiding

Op 11 februari 2025 heeft Berenschot de afgeronde documenten van het Kinderrechten Impact Assessment (KIA) aan Snap, TikTok en Meta (Instagram) voorgelegd. Deze documenten worden door het ministerie van BZK aan de Tweede Kamer aangeboden. Alvorens dit wordt gedaan heeft het ministerie de digitale diensten de mogelijkheid geboden om een zienswijze op de afgeronde assessments te geven. Deze zienswijzen zijn als bijlage toegevoegd aan de uitwerking van de KIA's. De deadline voor de indiening van de zienswijzen was 10 maart 2025.

Het ministerie heeft een zienswijze ontvangen van TikTok en Snap. Meta (Instagram) heeft via een e-mail aangegeven af te zien van het indienen van een zienswijze. Hiernavolgend zetten wij als onderzoekers van Berenschot onze reactie op de ingediende zienswijze van TikTok uiteen.

In deze reactie gaan wij in op een aantal thema's die in de zienswijze van TikTok zijn benoemd. Allereerst gaan we in op de bestaande inzet van de digitale dienst voor het beschermen van kinderen op het TikTok platform. Vervolgens gaan we in op de juridische grondslag en de scope van het KIA. Na deze uiteenzetting gaan we in op de opmerkingen over de feitelijke onjuistheden en verkeerde assumpties die volgens TikTok in de uitwerking van het KIA staan. Vervolgens gaan we in op de door de digitale dienst ervaren beperkingen en de opmerking over de expertise van Berenschot. We sluiten af met een korte conclusie.

2. De bestaande inzet van de digitale dienst

TikTok geeft in de zienswijze aan dat het bedrijf zich in wil zetten om haar online omgeving voor kinderen zo veilig mogelijk te maken. De dienst treft allerlei maatregelen om deze bescherming te waarborgen, zoals het modereren van content. Dat deze maatregelen worden genomen blijkt ook uit de uitvoering van het KIA. Het KIA beschrijft allereerst de bruto risico's. Hierbij worden de volgende vragen beantwoord: (1) welke risico's lopen kinderen bij het gebruik van de digitale dienst als er géén maatregelen worden genomen en (2) welke impact hebben deze bruto risico's op de rechten en het welzijn van kinderen? Vervolgens moeten de netto risico's worden bepaald op basis van de effectiviteit van de getroffen maatregelen.

Het KIA is uitgevoerd door externe onderzoekers zonder toegang tot interne informatie van TikTok. Dit brengt voor de uitvoering van dit impact assessment een beperking met zich mee, omdat externe onderzoekers de effectiviteit van de maatregelen niet kunnen beoordelen zonder toegang tot volledige informatie. TikTok geeft in haar zienswijze aan dat de risicobeoordelingen, die verplicht zijn onder de DDV, inclusief de maatregelen en hun effectiviteit niet allemaal openbaar zijn, en alleen inzichtelijk zijn voor de toezichthouders. Hierdoor kunnen wij geen netto risico omschrijven. Dit hebben we ook op deze manier in de assessments aangegeven. In het KIA geven we dan ook aan dat TikTok verschillende maatregelen treft om mogelijke risico's die zich voordoen voor kinderen te mitigeren, maar dat wij de effectiviteit hiervan niet kunnen beoordelen. Ook geven we aan dat er mogelijk aanvullende maatregelen worden getroffen waar wij geen zicht op hebben.

3. Juridische grondslag en scope Kinderrechten Impact Assessment

TikTok geeft aan dat het KIA een duidelijke juridische grondslag, afbakening van de scope en juiste informatie mist. De digitale dienst geeft in de zienswijze tevens aan dat zij van mening is dat het KIA in de uitvoering als een toezichthoudend instrument is toegepast. Daarnaast geeft TikTok aan dat zij reeds moet voldoen aan verplichtingen op basis van de Digitale Dienstenverordening (DDV) en diverse andere wetten. Het KIA mist volgens TikTok zorgvuldigheid qua juridische grondslag, scope, verantwoordelijkheden en inhoud die de DDV wel biedt. De uitvoering van het KIA negeert volgens TikTok de Europese Commissie en nationale toezichthouders in hun rol.

Het KIA bevat qua thema's inderdaad overlap met bovengenoemde wet- en regelgeving, dat laat het juridisch kader van het KIA ook zien. Het fundamentele verschil is dat het KIA een hele duidelijke scope heeft: de impact van het gebruik van een digitale dienst op de rechten en het welzijn van kinderen. De scope van de voorgenoemde wet- en regelgeving is breder en daarmee niet louter gericht op kinderen. Er is geen specifieke wettelijke verplichting tot het uitvoeren van een KIA, maar het KIA stelt digitale diensten in staat om systematisch in te zoomen op de rechten en het welzijn van kinderen. Het KIA biedt mogelijkheden om in te gaan op de positieve effecten die digitale diensten voor kinderen met zich mee brengen en identificeert eventuele negatieve effecten. Om adequate beschermingsmaatregelen te kunnen bieden voor kinderen is het van belang om inzicht te verkrijgen in de positieve en negatieve effecten die digitale diensten kunnen hebben op kinderen. BZK heeft met het KIA een instrument laten ontwikkelen waarmee deze effecten inzichtelijk kunnen worden gemaakt.

4. Beperkingen

TikTok geeft aan dat de externe onderzoekers geen toegang hadden tot interne informatie, waardoor er volgens hen geen correcte inschatting is gemaakt van het platform, het beleid en veiligheidsmaatregelen. Wij onderschrijven het belang van de medewerking van de digitale dienst op het moment dat het KIA wordt uitgevoerd door externe onderzoekers. Om die reden zijn de platformen uitgenodigd om mee te werken aan de uitvoering van de KIA en te reageren op de resultaten. Het belang van betrokkenheid van digitale diensten wordt bovendien meegenomen bij de doorontwikkeling van het KIA. Door mogelijk gebrek aan beschikbare informatie kunnen externen de kans dat kinderen in aanraking komen met de risico's en de effectiviteit van maatregelen tegen risico's namelijk niet (voldoende) beoordelen. Dit hebben wij ook als zodanig aangegeven in het KIA. Wetenschappelijk onderzoek toont in dit geval echter aan dat de geïdentificeerde risico's, wanneer deze zich voordoen op de platforms, negatieve gevolgen kunnen hebben voor kinderen.^{417, 418, 419, 420, 421, 422, 423, 424}

417 Abi-Jaoude, E., Treurnicht Naylor, K., & Pignatiello, A. (2020, februari 10). Smartphones, social media use and youth mental health. *CMAJ*, pp. 135-141. doi:doi: 10.1503/cmaj.190434

418 Scherr, S. (2022). Social media, self-harm, and suicide. *Current Opinion in Psychology*, 46, 101311. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101311>

419 Astorri E, Clerici G, Gallo G, Raina P, Pellai A. Online extreme challenges putting children at risk: what we know to date. *Minerva Pediatr* (Torino). 2023 Feb;75(1):98-109. doi: 10.23736/S2724-5276.22.06892-6. Epub 2022 Aug 1. PMID: 35912791.

420 Giumetti, G. W., & Kowalski, R. M. (2022, February 19). Cyberbullying via social media and well-being. *Current Opinion in Psychology*, p. 8. Opgeroepen op juli 26, 2024, van <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101314>

421 Pedersen, W., Bakken, A., Stefansen, K., & Von Soest, T. (2022, January 20). Sexual Victimization in the Digital Age: A Population-Based Study of Physical and Image-Based Sexual Abuse Among Adolescents. *Archives of Sexual Behavior*, pp. 399-410. Opgeroepen op oktober 14, 2024

422 Shaffique, M. R., & van der Hof, S. (2024). Research report: Mapping age assurance typologies and requirements. European Commission. Available at: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/nl/library/research-report-mapping-age-assurance-typologies-and-requirements>, geraadpleegd op 9 december 2024

423 Boer, M., Stevens, G. W., Finkenauer, C., de Looze, M. E., & van den Eijnden, R. J. (2021). Social media use intensity, social media use problems, and mental health among adolescents: Investigating directionality and mediating processes. *Computers in Human Behavior*, p. 17. doi:<https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106645>

424 Van der Wal, A., Beyens, I., Janssen, L. H. C., & Valkenburg, P. M. (2024). Social Media Use Leads to Negative Mental Health Outcomes for Most Adolescents. Pre-Print Available at: <https://osf.io/preprints/psyarxiv/qegrn>

Na zorgvuldige overweging hebben wij besloten om vanwege het gebrek aan voldoende informatie over de kans dat een risico zich voordoet, ook de inschaling van de impact van het risico achterwege te laten. Dit om te voorkomen dat er een vertekend beeld ontstaat over de totale beoordeling van de risico-inschatting. Hoewel wij dus geen uitspraken kunnen doen over de totale risico inschatting (kans × impact) willen wij benadrukken dat het impact assessment meer is dan slechts een risk assessment. De inzichten uit deze impactanalyse leveren, met inachtneming van het voorzorgsbeginsel, meerwaarde op.

Ten slotte is het KIA niet bedoeld als compliance instrument en is het in het onderhavige onderzoek niet als zodanig ingezet. Om verwarring te voorkomen hebben we in hoofdstuk 5 een aantal verwijzingen naar artikelen in de DDV verwijderd. Het verwijderen van deze passages heeft niet geleid tot andere conclusies.

Wij hebben in opdracht van BZK het KIA als instrument geëvalueerd na de uitvoering van de assessments. Het KIA kan goed ingezet worden om de positieve en negatieve impact van een digitale dienst systematisch in beeld te brengen en biedt hiermee maatschappelijke meerwaarde. Eén van onze bevindingen is dat in de huidige vorm een ongelijke verdeling bestaat in het onderzoeken van de positieve en negatieve impact. Voor de analyse van mogelijke risico's is een relatief open format opgesteld (er worden categorieën uitgevraagd), terwijl er bij de kansen die de digitale dienst met zich meebrengt naar specifieke waarden wordt gevraagd. Een evenwichtigere balans in de vraagstelling over positieve en negatieve impact is een van de aanbevelingen die wij doen voor doorontwikkeling van het instrument.

5. Accurate en volledige informatie

In de zienswijze van TikTok wordt aangegeven dat er feitelijke onjuistheden in de uitwerking van het assessment staan. Wij hebben de uitvoering van het assessment gebaseerd op publieke bronnen. Voor de uitvoering van het KIA is uitgebreid onderzoek gedaan naar de kansen en risico's die het gebruik van de dienst met zich meebrengt in relatie tot de rechten en het welzijn van kinderen. De bevindingen uit het onderzoek zijn onderbouwd met informatie afkomstig van openbare bronnen van de dienst zelf, wetenschappelijke literatuur en rapporten van erkende instituties en adviesorganen, overheidsdocumenten als ook nieuwsberichten van gerenommeerde media om de bevindingen te illustreren met voorbeelden. Alle bevindingen zijn voorzien van voetnoten met verwijzingen naar de geraadpleegde bronnen en de bijbehorende websites.

Het onderzoek is uitgevoerd met publiek toegankelijke informatie, omdat de onderzoekers geen toegang hebben gekregen tot niet-openbare bedrijfsinformatie van de digitale dienst. Voorafgaand aan het uitvoeren van de KIA's is aan TikTok gevraagd om medewerking te verlenen aan de uitvoering. Hier heeft TikTok vanaf gezien. Vervolgens hebben wij gedurende de uitvoering van het onderzoek de digitale dienst een aantal concrete vragen voorgelegd om verheldering te vragen en extra informatie te verkrijgen. Op deze vragen hebben wij geen antwoorden gekregen. Na de uitvoering van het assessment hebben wij de uitwerking van het KIA in concept gedeeld met TikTok met het verzoek om eventuele feitelijke onjuistheden aan te wijzen, zodat wij deze zouden kunnen aanpassen voorafgaand aan publicatie. Hier heeft TikTok geen gehoor aan gegeven. Ook maakt de zienswijze van TikTok niet duidelijk welke feitelijke onjuistheden er zouden zijn.

TikTok geeft aan dat er speculatieve bronnen en nieuwsberichten worden gebruikt in het assessment. Het wordt uit de zienswijze niet duidelijk welke rapporten, bronnen of nieuwsberichten worden bedoeld. De onderzoekers hebben in het concept assessment van TikTok verwezen naar nieuwsberichten over gelekte documenten inzake een rechtszaak rondom TikTok. Wij hebben de verwijzing naar deze nieuwsberichten uit de definitieve versie van het assessment verwijderd, omdat deze berichten eventueel als speculatief beschouwd zouden kunnen worden. De nieuwsberichten waren slechts illustratief gebruikt. Het verwijderen van deze nieuwsberichten verandert niets aan de hoofdboodschap in de betreffende paragrafen en de conclusies.

TikTok geeft in haar zienswijze aan dat de onderzoekers functionaliteiten beschrijven die niet beschikbaar zijn in Nederland. We hebben de beschreven functionaliteiten nogmaals grondig gecontroleerd. Bij functionaliteiten waar dit van toepassing is, hebben wij benoemd dat deze niet beschikbaar zijn in Nederland en geven we aan in welke landen de functionaliteiten wel beschikbaar zijn. Dit betreft in sommige gevallen ook landen binnen de Europese Unie en wij achten het daarom van waarde om de beschrijving van deze functionaliteiten wel mee te nemen in het assessment. Het niet beschikbaar zijn van deze functionaliteiten in Nederland heeft geen impact op de conclusies.

6. Expertise Berenschot

TikTok stelt in haar zienswijze dat het assessment is uitgevoerd door een extern bureau dat geen toezichthouder is en dat geen toegang tot de juiste informatie, expertise of tijd had om een correcte inschatting van TikTok te kunnen maken. De opdracht voor het uitvoeren van de KIA's is door het Ministerie van BZK aan Berenschot gegund. BZK heeft daarmee besloten dat het onderzoeksteam aangevuld met experts, waaronder een hoogleraar gespecialiseerd in kinderrechten en digitale technologie, in voldoende mate toegerust is om het assessment uit te voeren.

7. Conclusie

Wij gaan ervan uit hiermee voldoende toelichting te hebben gegeven op de zienswijze van TikTok. Het onderzoeksrapport dat met de KIA's wordt gepubliceerd geeft verdere toelichting op ons onderzoeksproces en de gehanteerde methodologieën. Ook zetten we in het rapport de beperkingen van het onderzoek uiteen. Deze benoemen we tevens in de leeswijzer waar het KIA mee start. Wij hopen dat de publicatie van de assessments het maatschappelijke en politieke debat over de impact die het gebruik van de digitale diensten kan hebben op de rechten en het welzijn van kinderen kan ondersteunen.

Opmerking over de reactie van het Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties op de zienswijze

In de reactie op de zienswijze staat de volgende zin: Prof.dr.mr. Van der Hof is hoogleraar Recht en Digitale Technologie aan de Universiteit Leiden (met expertise op (digitale) kinderrechten) en is nauw betrokken geweest bij het gehele onderzoeksproces en het reviseren van de assessments.

In plaats van voorgaande zin, dient te worden gelezen: BZK heeft daarmee besloten dat het onderzoeksteam aangevuld met experts, waaronder een hoogleraar gespecialiseerd in kinderrechten en digitale technologie, in voldoende mate toegerust is om het assessment uit te voeren.