

UNICEF-ESSAYREEKS
KINDERRECHTEN IN DE
DIGITALE WERELD

unicef 
voor ieder kind

ESSAY 2

HET RECHT OP BESCHERMING TEGEN SCHADELIJKE CONTENT, OOK OP SOCIAL MEDIA

Tiffany van Stormbroek, directeur bestuurder NICAM, Kijkwijzer

Dit essay is onderdeel van de UNICEF-essayreeks over kinderrechten in de digitale wereld. Met deze wetenschappelijk gefundeerde essayreeks beoogt UNICEF Nederland samen met de Universiteit Leiden en Kennisnet meer bewustwording te creëren en handelingsperspectief te bieden, gericht op het veiliger, toegankelijker en rechtvaardiger maken van de digitale wereld voor kinderen. Het VN-Kinderrechtenverdrag is namelijk onverkort van toepassing in de digitale wereld. Kinderen hebben het recht om online veilig en onbezorgd te kunnen spelen, vrienden te kunnen maken, te leren en te ontspannen. Om kinderrechten in de digitale wereld te waarborgen, is veel werk te doen, maar deze essays laten zien dat er voldoende perspectief is.

Het recht op bescherming tegen schadelijke content, ook op social media

Auteur: Tiffany van Stormbroek, directeur bestuurder NICAM, Kijkwijzer

Inhoudsopgave

1. Inleiding	3
2. Het platform bepaalt het mediadiet	4
3. De wetgeving	5
4. Nederland is gidsenland en Kijkwijzer een kompas	6
5. Conclusie en aanbevelingen	9
Referenties	10

1. Inleiding

Eén op de vijf tieners ziet weleens nare of heftige filmpjes op sociale media als TikTok of Instagram. Dat is meestal onverhoeds, zonder waarschuwing vooraf. De beelden komen rauw, zonder filter, uitleg of context op de platforms en dus bij kinderen terecht. Naast geweld tegen dieren en dierenleed zien kinderen ook extreem geweld zoals massaexecuties of bodycam-beelden van een soldaat waarop te zien is hoe hij andere soldaten van dichtbij ontwapent en vervolgens neerschiet. Ook verwondingen of lijken behoren tot de inhoud die kinderen dagelijks kunnen tegenkomen. Dit soort angstwekkende beelden uit oorlogsgebieden en heftige beelden van slachtoffers worden niet op het achtuurjournaal op televisie uitgezonden vanwege een zorgvuldige journalistieke weging door de eindredactie, maar worden wel verspreid via sociale media. Al deze video's bereiken kinderen kriskras door elkaar. Zeker,

sociale media hebben positieve kanten met alle grappige, informatieve, leerzame en leuke video's maar tegelijkertijd krijgen duizenden kinderen video's en ervaringsverhalen te zien over zelfverminking en eetstoornissen. Soms met foto's van sterke vermagerde meiden tijdens hun eetstoornis of beelden van littekens en wonden die mensen zichzelf hebben toegebracht. Ouders hebben er vaak geen idee van wat hun kinderen dagelijks voor hun kiezen krijgen, want het blijft onzichtbaar voor ze. Als deze beelden, in deze hoeveelheid, overdag op televisie te zien waren, zouden ouders massaal klagen, stroomden de Kamervragen binnen en zou er binnen een mum van tijd een actieplan klaarliggen om kinderen te beschermen. Het is hoog tijd voor een Kijkwijzer op sociale media en beschermingsmaatregelen om kinderen te behoeden voor deze onophoudelijke stroom aan schadelijke beelden.



2. Het platform bepaalt het mediadieet

Kijkwijzer is voor veel ouders en kinderen een informatie-instrument dat zij gebruiken bij de keuze om films, series, programma's of videocontent van streamingdiensten te kijken. Op sociale mediaplatformen kies je echter niet zelf: het zijn de algoritmen die bepalen welke content gebruikers zien, waarbij heftige of extreme inhoud meer kans heeft om viraal te gaan en actief aan kijkers te worden aangeboden. Schadelijke content wordt zo automatisch vermenigvuldigd. Dat is een zeer zorgelijke en onwenselijke ontwikkeling, die kinderen schade berokkent. Door de komst van sociale media is de content waar kinderen aan blootgesteld worden, potentieel schadelijker. Deze schadelijkheid heeft niet alleen betrekking op de inhoud van een enkele video, maar ook op het algoritme waarmee dit soort platforms werken. Deze zorgen ervoor dat kinderen en jongeren die video's kijken met daarin bijvoorbeeld inhoud rondom geweld, eetstoornissen of discriminatoire opvattingen, steeds meer van dit soort content te zien krijgen. Het gebrek aan transparantie omtrent deze algoritmes maakt goede handhaving of informatievoorziening op dit gebied moeilijk. Het platform bepaalt het mediadieet van kinderen. Daarnaast besteden kinderen, jongeren maar ook volwassenen meer tijd aan sociale media door (het verslavende effect van) de algoritmes. Door de oneindige hoeveelheid aan video's afgestemd op de voorkeuren van de gebruiker, slurpen sociale media de aandacht van kinderen op en worden zij door de interactie met peers ook veel meer afhankelijk van deze media. Het is een onmogelijke opgave voor ouders en andere opvoeders om hun kind veilig in deze online wereld te laten opgroeien. Zij hebben geen zicht op het oneindige aanbod waardoor kinderen maar ook menig volwassene uren aan het scherm gekleefd blijven en niet meer aanspreekbaar voor hun omgeving. Hun aandacht worden opgezogen door de video's.

Er gaan steeds meer stemmen op, zoals die van Groen Links Europarlementariër Kim van Sparrentak, om sociale media te verbieden die gebruikers eindeloos laten scrollen en automatisch filmpjes afspelen (2023, Van Sparrentak). Jongeren zijn bang dat ze door het algoritme steeds meer video's tegenkomen waar ze bang van worden, schaamte bij ervaren of een onveilig gevoel van krijgen. Daarom willen ze niet alleen een waarschuwing vooraf dat er heftige beelden komen, maar ook informatie over het soort beelden, zodat ze zelf kunnen bepalen of ze kijken, een filter instellen of door scrollen.

Waarom mogen sociale media en videoplatformen hun eigen stroom aan content blijven aanbieden aan kinderen? Al in december 2017 werd in de talkshow *De Wereld Draait Door* de vraag gesteld 'Hebben we met sociale media een monster geschapen?' Dit naar aanleiding van het toen populaire sociale medium Facebook met meer dan twee miljard gebruikers dat ook voor kinderen lanceerde onder de naam Messenger Kids. Het antwoord van de gasten aan tafel, Alexander Klöpping, Hans Schnitzler en Anne van der Krol, was 'Ja, er is een monster ontwikkeld.' Maar sindsdien is er nog niet echt iets veranderd. Of het zou moeten zijn dat er nog meer (steeds jongere) kinderen meer uren per dag aan hun telefoon gekluisterd zitten. Sociale media hebben echt ook positieve kanten, zie ook wat jongeren daar zelf over zeggen in project *Awesome* (van der Wal et al, 2023). Maar dat betekent niet dat wij de ogen mogen sluiten voor de negatieve, zelfs schadelijke kanten ervan. Er zijn reële zorgen en die moeten aangepakt worden. Sterker nog, er liggen al oplossingen klaar om het monster te temmen. Daarbij is goede regulering en handhaving nodig, precies zoals we die in Nederland wel al meer dan twintig jaar bij alle andere mediavormen hebben.

3. De wetgeving

In het Internationale Verdrag voor de Rechten van het Kind van 1989 (IVRK), ook wel VN-Kinderrechtenverdrag, staan de rechten van kinderen beschreven. Het is een recht van kinderen om beschermd te worden tegen schadelijke content (artikel 17 IVRK). De overheid moet er dus voor zorgen dat kinderen beschermd worden tegen beeld- of geluidsmateriaal dat schadelijk voor ze is. In Nederland beschermt de Mediawet kinderen tegen schadelijke audiovisuele beelden.

De verantwoordelijkheid voor het verwezenlijken van deze bescherming is gedelegeerd aan het **Nederland Instituut voor de Classificatie van Audiovisuele Media (NICAM)**, dat in 1999 is opgericht in samenwerking met de overheid en de verschillende audiovisuele branches, waaronder omroepen, filmdistributeurs, bioscopen etc. Het NICAM heeft een systeem ontwikkeld met de naam 'Kijkwijzer'. Kijkwijzer heeft als doel ouders en andere opvoeders te waarschuwen tot welke leeftijd een televisieprogramma of film schadelijk kan zijn voor kinderen. Deze vorm van co-regulering zorgt ervoor dat films en televisieprogramma's voorzien worden van pictogrammen om het publiek goed te informeren over de effecten van media en het zo in staat te stellen een bewuste keuze te maken voor wat zij (nog niet) willen zien.

Sinds 2020 is de Mediawet aangepast vanwege de herziene **Europese Audio Visuele Media Services Directive (AVMSD)** uit 2018 en sindsdien vallen videoplatforms en sociale media ook onder deze wet. Media-aanbieders dienen maatregelen te treffen om kinderen te beschermen tegen content die schadelijk is voor hun lichamelijke, geestelijke of morele ontwikkeling (zie hoofdstuk 4 Mediawet). Uploaders zijn verplicht om Kijkwijzer toe te passen en te waarschuwen voor mogelijk schadelijke beelden voor kinderen. Voorwaarde is dat deze uploaders zijn gevestigd in Nederland, een KvK-inschrijving en meer dan 500.000 volgers hebben en minimaal 24 video's per jaar plaatsen. Deze groep is echter niet verantwoordelijk voor de schokkendste video's. Die komen vooral van uploaders met weinig volgers en/of die niet in Nederland gevestigd zijn. Daarom slaagt het huidige handhavingskader er niet in om kinderen online te beschermen. Daarnaast is het draagvlak onder uploaders in Nederland, om zich aan de wet te houden gering. Dat komt omdat collega-uploaders uit andere landen of met minder volgers zich niet aan dezelfde regels hoeven te houden. Er zijn geen collectieve regels op Europees niveau, terwijl dit nou juist is wat voor social media content noodzakelijk is, omdat deze zich van geografische grenzen niets aantrekt.



4. Nederland is gidsland en Kijkwijzer een kompas

Om kinderen en jongeren op een effectieve manier te beschermen tegen mogelijk schadelijke inhoud, is het van belang dat de verantwoordelijkheid niet enkel bij een handvol Nederlandse uploaders ligt, maar dat de regels voor alle uploaders in Europa hetzelfde zijn en er op platform-niveau toezicht wordt gehouden en gehandhaafd. De platforms zelf moeten ervoor zorgen dat kinderen niet worden blootgesteld aan mogelijk schadelijke inhoud, net zoals bij bijvoorbeeld omroepen. Het internationale karakter van sociale media maakt regulering op Europees niveau noodzakelijk; alleen op die manier worden kinderen als gebruikers van dergelijke platforms serieus genomen.

Een aantal grote platforms is in Nederland gevestigd en valt onder de regelgeving aldaar. Nederland start dit jaar met de ontwikkeling van een gedragscode voor platforms en regels voor toezicht en handhaving. Dat is heel belangrijk, maar belangrijker is dat er één uniform Europees afsprakenkader gehanteerd gaat worden voor alle video sharing platforms en alle uploaders (ook kleine). Dit kader moet transparant en navolgbaar zijn, waarbij de bescherming van kinderen voorop staat en de regelgeving en beoordeling is gebaseerd op wetenschappelijk onderzoek. Het NICAM wordt al geruime tijd Europees en internationaal erkend als European Best Practice, als het gaat om een effectief systeem van bescherming van minderjarigen tegen potentieel schadelijke content. Het NICAM voert behalve het Kijkwijzer-systeem ook de voorlichting, ontwikkeling en toezicht uit. Ook ontwikkelde NICAM Kijkwijzer Online, toegesneden op uploaders. Nederland kan in dit opzicht het gidsland in Europa zijn, met Kijkwijzer Online als kompas. Maak van Kijkwijzer Online een exportproduct waar Nederland trots op kan zijn.



Kijkwijzer in het veranderde medialandschap

Toen Kijkwijzer in 2001 werd geïntroduceerd, was het doel om ouders door middel van pictogrammen over mogelijk schadelijke media-inhoud te informeren en hen zo te helpen met het stellen van regels in de mediaopvoeding. Met andere woorden, om te voorkomen dat hun kinderen naar bepaalde content kijken. Dit is nog steeds een belangrijk doel voor jongere kinderen. Met het veranderde medialandschap en de opkomst van digitale media, geldt dit niet meer altijd voor kinderen vanaf ongeveer 9 jaar. Het mediagebruik van kinderen en tieners is de afgelopen jaren in toenemende mate zelfstandig geworden. Tieners hebben meestal hun eigen scherm, waarmee zij vele uren online content bekijken. Voor ouders is het lastiger om hier toezicht op te houden, en dus ook lastiger om grenzen te stellen in de mediaopvoeding. Mediaopvoeding is in de afgelopen tien jaar sowieso veranderd en daarmee ook het doel van informatievoorziening. Dat is erop gericht om kinderen en

hun ouders de informatie te geven die zij nodig hebben om goed door het online medialandschap te kunnen navigeren. Het is daarom belangrijk om informatie over content ook op jongeren zelf te richten. Jongeren hebben hier ook behoefte aan; zo geeft meer dan 80% van de jongeren tussen de 10 en 16 jaar aan vooraf gewaarschuwd te willen voor mogelijk schadelijke inhoud (2023, Onderzoek toepassing Kijkwijzer voor sociale mediaplatforms Instagram en TikTok). Hierbij moet eerst goed worden gekeken met welk doel die informatie wordt verstrekt. Enerzijds is dat nog steeds grenzen stellen aan mediagebruik: wanneer een kind jonger is dan de leeftijdsclassificatie, kan de content schadelijk zijn en moeten zij er daarom nog niet naar kijken.

Dit kan voor kinderen van 9 tot 12 jaar heel goed werken. Dit is ook waardevol online met oog op het inzetten van filters en leeftijdsverificatiesystemen. Classificatie van media inhoud is nodig om die systemen te voeden.

Anderzijds is het zo dat wanneer tieners zelf beslissen, er niet van hen verwacht kan worden dat zij net zo streng voor zichzelf zijn als hun ouders bij het opleggen van leeftijdsgrenzen. Zelfs wanneer jongeren beelden zelf niet als heftig of vervelend ervaren, kunnen ze nog steeds schadelijk zijn. Dat is bijvoorbeeld zo bij beelden van alcoholgebruik (Sadza et al, 2021). In dat geval zou informatie vooraf mediageletterde vaardigheden of kennis bij tieners kunnen activeren, zoals het geval is bij reguliere reclame met waarschuwingen over gesponsorde content.

Het doel van de Kijkwijzer-informatie online is dus om jonge kinderen te behoeden voor heftige content

Hoe willen jongeren gewaarschuwd worden?

Literatuur over wensen en behoeften ten aanzien van leeftijdsclassificatiesystemen richt zich tot op heden vooral op ouders. Recentelijk lieten Scharrer et al. (2020) Amerikaanse kinderen binnen een lesprogramma Mediawijsheid zelf bedenken hoe een classificatiesysteem zou moeten werken en eruit zou moeten zien. Over het algemeen gaven de kinderen van 12 jaar aan dat classificatiesystemen niet alleen leeftijden moeten tonen, maar ook informatie moeten geven over de inhoud van een productie. Toen zij echter zelf nieuwe classificaties mochten tekenen, waren ze geneigd om de bestaande ratings - die in de VS slechts bestaan uit leeftijds aanduidingen - na te maken. Waarschijnlijk omdat ze nog onvoldoende abstractievermogen bezitten om echt iets nieuws te bedenken.

en jongeren zelf een bewuste keuze te laten maken om ergens wel of niet naar te kijken (restrictieve mediatie respectievelijk zelfbescherming,) en anderzijds empowerment. Kinderen moeten in staat worden gesteld om zelf juiste keuzes te maken, juist omdat hun mediagebruik veel individueler is geworden door het (veelvuldig) gebruik van smartphones. Kinderen geven zelf ook aan behoefte te hebben aan betrouwbare informatie om hun media keuzes op te baseren. We moeten de krachten bundelen om digitale vaardigheden en bewustwording te vergroten en om de digitale omgeving veiliger te maken voor kinderen.

Het NICAM heeft ook verschillende onderzoeken laten uitvoeren om de wensen en behoeften van jongeren met betrekking tot informatie over mogelijk schadelijke content in kaart te brengen. Een conclusie was dat jongeren specifieke waarschuwingen willen die hen in staat stellen om een keuze te maken, rekening houdend met hun eigen voorkeuren en kwetsbaarheden. Jongeren willen dus veelal meer dan alleen een leeftijdsclassificatie. Ze willen weten waarom de productie die classificatie heeft en wat voor inhoud deze precies bevat. Teksten als 'gevoelige inhoud' vinden zij vaak te abstract of nietszeggend. Het maakt jongeren juist nieuwsgierig naar wat dit dan wel zal zijn.



In 2023 heeft YoungWorks in opdracht van het NICAM interviews gehouden met tieners om te horen hoe zij geïnformeerd willen worden over schadelijke inhoud op sociale media. Uit de gesprekken kwam naar voren dat zij geïnformeerd willen worden via short-form video's. Jongeren zijn al bekend met meldingen op sociale media, maar die zijn volgens hen niet toereikend. De meldingen vallen niet goed op, de beschrijving is vaag of onduidelijk en de melding blijkt ook vaak niet te kloppen. Jongeren hebben behoefte aan een serieuze waarschuwing die opvalt en betrouwbaar is. Uit het onderzoek kwam naar voren dat banners met waarschuwingen voorafgaand aan online video's wel aansluiten bij de informatiebehoefte van tieners. Deze behoefte komt voort uit nare ervaringen die ze (helaas) hadden met schadelijke content, vooral op TikTok en YouTube. Ze ondervonden gevoelens van angst, onveiligheid, schuld en schaamte (YoungWorks, 2023). In hetzelfde onderzoek werd duidelijk dat jongeren die zelf 12 jaar en ouder zijn, zelf willen kunnen beslissen of ze naar mogelijk heftige beelden kijken. Ze vinden het niet prettig als heftige beelden onaangekondigd worden getoond. Ze willen een weloverwogen keuze kunnen maken op basis van de informatie voorafgaand aan de video. Daarnaast werkt zo'n waarschuwing als alert: jongeren staan klaar om door te scrollen als de content toch te heftig is. Jongeren van 12 jaar en ouder denken dat ze beter tegen heftige content kunnen dan jongere kinderen, maar ze hebben nog steeds een selectieve gevoeligheid voor bepaalde elementen, bijvoorbeeld dierenleed. Daarom willen ze wel gewaarschuwd worden. Ze willen echter niet wachten tot een Kijkwijzer-banner na enkele seconden verdwijnt en willen meteen klikken en kijken, of anders verder scrollen.

Investeer aan de voorkant in een Kijkwijzer voor sociale media (short form)

Commerciële motieven regeren in de wereld van sociale media. Het publieke belang van de bescherming van minderjarigen speelt een ondergeschikte rol. Het is de missie van het NICAM om dit publieke belang te behartigen. Dat kan alleen als de regels op Europees niveau hetzelfde zijn, want Nederlandse kinderen zien internationale content en online contentmakers en mediaplatforms opereren eveneens internationaal. Maak de media-industrie zelf verantwoordelijk net als bij andere mediavormen en zie erop toe dat ze die verantwoordelijkheid nemen. Accepteer niet dat onze kinderen al die schadelijke content te zien krijgen en investeer in een Kijkwijzer aan de voorkant zodat er goede informatie is en er technische beschermingsmaatregelen genomen kunnen worden. Kinderen hebben recht op deze bescherming.

Zowel het platform als de inhoud op het platform zou vooraf geclassificeerd moeten worden op basis van wetenschappelijke criteria, zoals in het huidige Kijkwijzerclassificatiesysteem ook al gebeurt. De platforms zijn nu niet transparant over hun algoritmes en leggen met zogenaamde leeftijdsadviezen voor het platform als geheel (meestal 13 jaar) en parental controls de verantwoordelijkheid volledig bij de eindgebruiker: de ouders en kinderen zelf. Daarbij verzuimen ze hen de informatie te geven die nodig is om weloverwogen keuzes te kunnen maken. Eindgebruikers, dus ouders en kinderen maar eigenlijk alle gebruikers, kunnen deze

verantwoordelijkheid niet op dezelfde manier nemen als bij traditionele media, zoals televisie. Het karakter van de media is fundamenteel anders dan dat van traditionele media en de wijze waarop content op basis van ondoorgroondelijke algoritmes wordt 'voorgeschooteld' des te meer. Een beschermingsmaatregel als 'uitzendtijden' zoals geldt voor traditionele media – inhoudende dat beelden die schadelijk kunnen zijn voor kinderen onder de 12 jaar pas na 20.00 uur mogen worden uitgezonden - is niet van toepassing op deze content en platforms. De oplossing moet tweeledig zijn. Enerzijds is de classificatie van de op platforms aangeboden inhoud van belang en anderzijds moet al aan de voorkant bij het ontwerp van online media de bescherming van minderjarigen voldoende worden meegenomen. De platformen zelf zijn verantwoordelijk om te voorkomen dat kinderen in aanraking komen met mogelijk schadelijke inhoud, net zoals dat geldt voor video on demand-platforms, zoals Netflix, Videoland en Disney+. Bovendien kunnen eindgebruikers zelf technische beschermingsmaatregelen nemen als content op platforms geclassificeerd is. Jongeren kunnen dit zelf instellen en voor jonge kinderen kunnen ouders dit doen. Dat werkt beter dan wat sociale media platformen nu doen: roepen dat jonge kinderen hun apps niet mogen gebruiken omdat ze minstens 13 jaar moeten zijn. Dat maakt het alleen maar verleidelijker. Het is als gratis snoep aanbieden op school en dan zeggen dat kinderen onder de 13 jaar er niet van mogen pakken.

5. Conclusie en aanbevelingen

Jongeren moeten in staat worden gesteld om zelf juiste keuzes te maken. Dat is iets anders dan de verantwoordelijkheid bij hen leggen. We moeten de krachten bundelen om te blijven werken aan het vergroten van digitale vaardigheden en bewustwording om de digitale omgeving veiliger te maken voor kinderen. Tieners zijn op zoek naar spanning, sensatie, en willen op die manier hun grenzen verleggen. Ook zij hebben recht op bescherming en moeten de mogelijkheid krijgen zichzelf te weren tegen schokkende en schadelijke beelden. Hierin bewuste keuzes maken is alleen mogelijk, wanneer jongeren ook de informatie hebben om die keuzes op te baseren. Duidelijke informatie bij alle mogelijk schadelijke inhoud op online platforms, zoals we dat ook kennen voor de traditionele media, is daarbij cruciaal. Tegelijkertijd mogen kinderen, tieners en hun ouders niet als enige deze verantwoordelijkheid dragen. Dit moet hand in hand gaan met robuuste Europese wet- en regelgeving en Europees afgesproken kaders waardoor online platforms ertoe worden verplicht kinderen en jongeren te beschermen met een online Kijkwijzer en zo transparant informatie te verstrekken. Daarnaast dient er op platform-niveau toezicht te worden gehouden en gehandhaafd. Zo zorgen we ervoor dat kinderen zoveel mogelijk gevrijwaard zijn van schadelijke content, daar hebben zij recht op ook online.

Aanbevelingen

- **Maak de sociale media platformen verantwoordelijk**

De platformen moeten zelf verantwoordelijk worden voor het voorkomen dat kinderen in aanraking komen met mogelijk schadelijke inhoud en zie daarop toe. Van belang is dat de video's die op de platformen worden aangeboden, worden geclassificeerd met een onafhankelijk, transparant en wetenschappelijk gefundeerd systeem waardoor video's worden voorzien van informatie over de inhoud. Accepteer niet dat onze kinderen al die schadelijke content te zien krijgen, maar investeer in een Kijkwijzer aan de voorkant zodat er goede informatie is en er technische beschermingsmaatregelen getroffen kunnen worden.

- **Nederland is gidsland en Kijkwijzer is een kompas**

Er dient één Europees afsprakenkader gehanteerd te worden voor alle video sharing platforms en alle uploaders (ook kleine, want die plaatsen vaak meer schadelijke inhoud). Dit moet transparant en navolgbaar zijn, waarbij de bescherming van kinderen voorop staat en de regelgeving en beoordeling is gebaseerd op wetenschappelijk onderzoek. Maak van Kijkwijzer Online een exportproduct waar Nederland trots op kan zijn.

- **Investeer in Kijkwijzer voor sociale media**

De meeste tieners, ouders van tieners en ouders van jonge kinderen geven ook zelf aan dat ze behoefte hebben aan een betrouwbaar systeem zoals de Kijkwijzer dat informeert over mogelijk schadelijke elementen in video's op bijvoorbeeld TikTok en Instagram. Daarbij willen zij het liefst zo specifiek mogelijke informatie. Bijvoorbeeld in de vorm van banners of een billboard voorafgaand aan de video, waarin schadelijke elementen benoemd worden (bijv. "let op: dierenleed"). Jongeren willen ook graag weten waarom een video een bepaalde classificatie heeft, wat voor inhoud deze precies bevat. Zo kunnen we een bewuste keuze kunnen maken om heftige content al dan niet te zien (YoungWorks, 2023). Het logo van Kijkwijzer vinden kinderen en jongeren van belang: het draagt bij aan een serieuze en betrouwbare afzender (YoungWorks, 2023).

Referenties

Amber van der Wal, Loes Janssen, Nadia Bij de Vaate, Ine Beyens & Patti Valkenburg: De plussen en minnen van social media. Jongeren aan het woord (Center for Research on Children, Adolescents and the Media, UvA, 2023).

Anne Sadza, Esther Rozendaal, Serena Daalmans and Moniek Buijzen (2021). Let's talk about risks. Parental and peer mediation and their relation to adolescents' perceptions of on- and off-screen risk behavior. Opgevraagd van <https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/commun-2021-0143/html>

De Wereld Draait Door (2017, 08 december), opgevraagd van <https://www.bnnvara.nl/dewerelddraaitdoor/videos/261116> en <https://www.bnnvara.nl/dewerelddraaitdoor/videos/296848>

European Commission (2018). Revision of the Audiovisual Media Services Directive (AVMSD). Retrieved from <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/revision-audiovisual-media-services-directive-avmsd>

FrankNews. (2019, 26 april). Mediaconsumptie Kinderen, YouTube verslaat tv. Opgevraagd van: candidplatform.com/en/news/platform-news/all-platform-news/media/mediaconsumptie-kinderen-youtube-verslaat-tv.html

GfK (april 2023). Instagram en TikTok. Een online onderzoek in opdracht van NICAM naar het gebruik van Instagram en TikTok door jonge kinderen en tieners.

Opgenhaffen, M., Vandenbosch, L., Eggermont, S., & Frison, E. (2012). Parental mediation of television viewing in the context of changing parent-child relationships in Belgium: A latent growth curve analysis in early and middle adolescence. *Journal of Children and Media*, 6(4), 469-484.

Scharrer, E., Warren, S., Olson, C., & Israsena Twishime, P. (2020). Early adolescents' views of media ratings in the context of a media literacy program in the US. *Journal of Children and Media*, 1-16.

Van Reijmersdal, E. A., Rozendaal, E., & van der Goot, M. J. (2019). Children's perceptions of sponsorship disclosures in online influencer videos. Paper presented at ICORIA 2019, Krems, Austria.

Youngworks (2023). Kwalitatief onderzoek onder 10-16 jarigen. Naar de behoefte en beleving van een Kijkwijzer informatiesysteem voor schadelijke content in short-form video's.

Van Sparrentak, K (2023). DRAFT REPORT on addictive design of online services and consumer protection in the EU single market (2023/2043(INI)). Opgevraagd van: <https://www.groenlinks.nl/sites/groenlinks/files/2023-09/Initiatiefrapport%20Verslavend%20Ontwerp.pdf>

Voor de inhoud van de essays zijn verschillende auteurs genodigd. De vervatte opvattingen en stellingname in deze essay zijn om deze reden niet per definitie de mening van UNICEF Nederland.

Als 's werelds grootste kinderrechtenorganisatie biedt UNICEF hulp bij acute nood en hulp op de lange termijn. UNICEF is de VN-kinderrechtenorganisatie, met een unieke opdracht vanuit de Verenigde Naties: alle kinderen geven waar ze recht op hebben. UNICEF werkt samen met regeringen en partners en lobbyt voor het waarborgen van kinderrechten. Dat doen we in Nederland en overal op de wereld. Samen maken we het verschil voor ieder kind. Voor nu én morgen.

De UNICEF-essayreeks, waar dit essay onderdeel van uitmaakt, is tot stand gekomen in samenwerking met de Universiteit Leiden en Kennisnet.



Universiteit
Leiden

Kennisnet

Op de hoogte blijven van de essays en de lancering van de essaybundel ga dan naar www.unicef.nl/digitale-leefomgeving-kinderen

unicef 
voor ieder kind

UNICEF Nederland

Bezuidenhoutseweg 74
2594 AW Den Haag

088 444 9650
info@unicef.nl
www.unicef.nl