

Onderzoek toepassing Kijkwijzer voor social mediaplatforms Instagram en TikTok

NICAM
Juli 2023



Inhoud

1. Conclusies en aanbevelingen	3
Regelgeving op nationale schaal is niet effectief	3
Aanbevelingen	4
2. Aanleiding	6
3. Het onderzoek	7
3.1 De deelonderzoeken	7
3.1.1 Interviews en expertbijeenkomsten met relevante partijen	7
3.1.2 Een contentanalyse van Instagram en TikTok naar schadelijke inhoud voor minderjarigen	10
3.1.3 Een analyse van de uploaders	11
3.1.4 Een analyse van gebruikers	12

Bijlagen

Bijlage 1: Samenvatting resultaten inhoudsanalyse	14
Bijlage 2: Gesprekken met uploaders	18
Bijlage 3: Kwalitatief onderzoek onder jongeren 10-16 jaar	20
Bijlage 4: Kwantitatief onderzoek jongeren en ouders	22

Credits

Cover & backcover: foto's door: Ron Lach

1. Conclusies en aanbevelingen

Regelgeving op nationale schaal is niet effectief

Adolescenten zijn grootgebruikers van social media, maar ook jonge kinderen (<13) gebruiken social media zoals TikTok en Instagram. Zij komen heftige content tegen in video's, zoals dierenleed en horror. Zowel kinderen als jongeren willen daar tegen worden beschermd en hebben evenals hun ouders veel behoefte aan Kijkwijzer-informatie in video's op deze social media.

Met het huidige handhavingskader slaagt de mediawet er niet in om kinderen online te beschermen tegen schadelijke content, omdat:

- video's van uploaders binnen het handhavingskader van CvdM maar zeer beperkt schadelijke content bevatten;
- het draagvlak onder uploaders in Nederland, die wel onder het handhavingskader vallen, minimaal is omdat collega-uploaders uit andere landen of met minder volgers zich niet aan dezelfde regels hoeven te houden;
- er geen collectieve regels op Europees niveau zijn, dit is noodzakelijk voor goede bescherming van (Nederlandse) kinderen enerzijds en een gelijk speelveld voor mediaaanbieders anderzijds.
- een deel van de schadelijkheid van videocontent op TikTok niet zozeer betrekking heeft op de inhoud van een enkele video, maar op het algoritme waarmee dit soort platforms werken. Deze zorgen ervoor dat kinderen en jongeren die video's kijken met daarin bijvoorbeeld inhoud rondom 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.

Commerciële motieven overheersen in de wereld van social media, het publieke belang van de bescherming van minderjarigen speelt daarbij een ondergeschikte rol. Het NICAM heeft als missie het publieke belang van de bescherming van minderjarigen tegen schadelijke media content te behartigen. Dat kunnen we alleen goed doen in een gezamenlijke aanpak met de betrokken ministeries en het Commissariaat voor de Media én de regels moeten op Europees niveau gelijk zijn en ingevoerd worden, omdat Nederlandse kinderen internationale content zien en de online contentmakers en mediaplatforms eveneens internationaal opereren.

Aanbevelingen

Maak de media-industrie zelf verantwoordelijk

Om jongeren op een effectieve manier te beschermen tegen mogelijk schadelijke inhoud is het van belang dat die verantwoordelijkheid niet enkel bij een handvol Nederlandse uploaders ligt, maar dat er op Europees-niveau dezelfde regels en systematiek toegepast wordt zodat er ook toezicht kan worden gehouden en wordt gehandhaafd. De platforms zelf hebben ook een verantwoordelijkheid in het zorgen dat kinderen niet in aanraking komen met mogelijk schadelijke inhoud, net zoals dat het geval is voor bijvoorbeeld omroepen. Daarbij kan de uitvoering bij de individuele uploaders worden gelegd maar er zijn universele en collectieve afspraken nodig op Europees niveau.

Neem als Nederland samen met Ierland het voortouw

Regulering vanuit de nationale en Europese overheden is noodzakelijk; kinderen moeten serieus worden genomen als gebruikers en makers van media.

- 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.
- Het NICAM kan en wil met Kijkwijzer hierbij een voorhoederol nemen omdat we die internationaal al hebben en dit ook zodanig wordt erkend als European Best Practice.
- Omdat de grootste online mediaplatforms gevestigd zijn in Ierland is dit land aan zet voor regulering op platform niveau maar Nederland kan het voortouw nemen omdat we hier al een goed voorbeeld hebben en ervaring met de mediapartijen.

Investeer in een Kijkwijzer aan de voorkant: de ontwerpwijzer

Kijkwijzer is voor veel ouders en kinderen een voorlichtingsinstrument die zij gebruiken bij de keuze om films, series, programma's of videocontent van streamingsdiensten wel of niet te kijken. Op de nieuwe (social) mediaplatforms kies je echter niet zelf: het zijn de algoritmen die bepalen welke content gebruikers zien. Schadelijke content wordt daarmee vermenigvuldigd. Bekend zijn de filmpjes met veel geweld, zelfmoord en challenges/gevaarlijk gedrag. Maar het gaat ook over video's over oorlogsgeweld en dierenleed. Dat is een zeer zorgelijke en ongewenste ontwikkeling, die kinderen schade berokkent.

Een classificatiesysteem aan de voorkant van audiovisuele media waarbij bij het ontwerp van online media de bescherming van kinderen aan de voorkant wordt meegenomen, kan hierbij een oplossing bieden. Het NICAM wil hiervoor in samenwerking met de Waag Futurelab en Universiteit Leiden graag een kinderrechten/ontwerpwijzer ontwikkelen waarmee platforms rekening houden met kinderen in het ontwerp van hun aanbod.

Daarnaast zou zowel het platform als de inhoud aan de voorkant moeten worden geclassificeerd op basis van wetenschappelijke criteria zoals in het huidige Kijkwijzerclassificatiesysteem.

De platforms zijn niet transparant over deze algoritmes en leggen via zgn. leeftijdsadviezen (13 jaar) en zgn. parental controls de verantwoordelijkheid bij de eindgebruiker: de ouders en kinderen zelf. Die kunnen deze verantwoordelijkheid niet op dezelfde manier nemen als voor de traditionele media, vanwege het karakter van de media en de wijze waarop content wordt 'voorgeschooteld'. Een beschermingsmaatregel als 'uitzendtijden' zoals voor de traditionele media is nu eenmaal niet van toepassing op deze content.

Meer focus op media empowerment van kinderen als beschermingsmaatregel

Kinderen moeten in staat worden gesteld om zelf juiste keuzes te maken. 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. Het NICAM wil samen met partners mediawijsheid een onderwijsproduct ontwikkelen waarin de pictogrammen en de voorlichting van Kijkwijzer voor tieners meer betekenis krijgen, zodat ze zichzelf beter kunnen beschermen door meer bewuste keuzes te maken.

2. Aanleiding

De wereld van de audiovisuele media verandert razendsnel. Waar 20 jaar geleden het NICAM nog vanuit de redelijk overzichtelijke Nederlandse televisie-, film- en videobranches werkte, is het aantal aanbieders van audiovisuele media via streamingsdiensten en videoplatforms geëxplodeerd. Omdat in de online wereld nationale grenzen verdwijnen, is internationale regulering nodig om kinderen in Nederland te beschermen tegen schadelijke content. De Europese wet- en regelgeving heeft daarop gereageerd door het uitbrengen van de Audiovisuele mediadienstenrichtlijn (AVMSD). Nederland heeft in 2020 op basis daarvan de Mediawet 2008 aangepast. Met deze herzieningsrichtlijn wordt de regelgeving voor mediadiensten op aanvraag zoveel mogelijk gelijkgetrokken met de regelgeving voor omroepdiensten. Daarbij is het land van vestiging van een aanbieder een belangrijk uitgangspunt als het gaat om classificatie, toezicht en handhaving.

Uploadersbeleid

Voortkomend uit de Europese AVMSD en de aanpassing van de Mediawet in november 2020, is het beleid gericht op Nederlandse contentaanbieders op mondiale videosharingplatforms als YouTube. Conform de Mediawet zijn aanbieders op de platforms onder bepaalde voorwaarden commerciële mediadiensten op aanvraag (cmoa) en vallen daarom onder het Nederlandse toezicht, dus ook onder het NICAM. NICAM heeft vanaf 2019 samen met uploaders op YouTube Kijkwijzer online ontwikkeld, waarmee Nederlandse uploaders op YouTube hun content kunnen classificeren voordat het online wordt gezet. Per 17 mei 2022 is de beleidsregel nader gespecificeerd door het Commissariaat voor de Media. Het gaat om aanbieders met een KvK-inschrijving, minimaal 500.000 volgers en minimaal 24 uploads per jaar. In Nederland gaat het om circa 180 contentaanbieders. Vanaf 1 juli 2022 is deze beleidsregel van kracht. Uploaders op YouTube die schadelijke content maken moeten zich aansluiten bij het NICAM en worden door het NICAM getraind in de classificatie van content en het toepassen van de pictogrammen. Zij vallen dan onder het toezicht van het NICAM. Als uploaders zich niet aansluiten bij het NICAM en wel schadelijke content maken, vallen zij onder het handhavingsbeleid van het Commissariaat voor de Media. Het is een individuele verantwoordelijkheid van uploaders om aan de Mediawet te voldoen.

In februari 2022 werd duidelijk dat ook de platforms TikTok en Instagram onder de beleidsregel vallen en dat ook de media aanbieders op deze platforms geïnformeerd moet gaan worden over mogelijk schadelijke content. Uploaders op deze platforms zijn niet betrokken geweest bij de ontwikkeling van Kijkwijzer Online.

Quickscan

In april 2022 heeft NICAM een quickscan uitgevoerd naar de platforms TikTok en Instagram. Daaruit bleek een dusdanig verschil in gebruik door uploader, content en distributiewijze ten opzichte van YouTube, dat het toepassen van Kijkwijzer Online niet direct de meest voor de hand liggende oplossing is om minderjarigen op deze platforms te beschermen. Waar bijvoorbeeld YouTube door het publiek vrijwel uitsluitend wordt gebruikt als een platform om video's te bekijken, hebben TikTok en Instagram een meer sociaal karakter, om bekenden te volgen en direct messages te sturen. Op YouTube worden voornamelijk langere video's geplaatst die vooraf bewerkt worden. Op Instagram en TikTok gaat het om (veelal hele korte) filmpjes.

3. Het onderzoek

Om goed in kaart te kunnen brengen welke classificatie/beoordelingswerkwijze voor de videosharingplatforms als TikTok en Instagram het meest passend is, om kinderen en jongeren te beschermen tegen mogelijke schadelijke inhoud, heeft het NICAM een onderzoeksvoorstel opgesteld en uitgevoerd vanaf september 2022. Het Ministerie van OCW heeft het NICAM een projectsubsidie verleend voor de uitvoering van dit onderzoek.

Onderzoek in vier delen

Het onderzoek van het NICAM bevatte 4 deelonderzoeken:

1. Interviews en expertbijeenkomsten met relevante partijen: wetenschappers die onderzoek doen naar het gebruik van sociale media door kinderen, en partijen die zich met mediawijsheid bezig houden.
2. Een contentanalyse van Instagram en TikTok naar schadelijke inhoud voor minderjarigen.
3. Een analyse van de uploaders: wie zijn de aanbieders van content en hoe werken zij?
4. Een analyse van de gebruikers:
 - a. Een kwalitatief onderzoek onder jongeren vanaf 10 jaar: hoe gebruiken zij Instagram en TikTok, hoe selecteren en bekijken zij content en hoe willen zij hierbij geïnformeerd worden?
 - b. Een kwantitatief onderzoek onder ouders en kinderen, waarbij specifieke aandacht is voor het gebruik onder de jonge doelgroep (<12 jaar)

3.1 De deelonderzoeken

3.1.1 Interviews en expertbijeenkomsten met relevante partijen

Er hebben in totaal 10 interviews met experts, 2 dialoogsessies met experts en 3 besprekingen in de wetenschapscommissie van het NICAM plaatsgevonden.

De inleiding op de interviews met de expert hadden allemaal hetzelfde format en de centrale vraag aan de expert was het inzicht in de mogelijkheid voor het NICAM en de bescherming van minderjarigen op social media platforms als TikTok en Instagram. In hoeverre zij bekend zijn met nader onderzoek naar de effecten en risico's van content op kinderen op deze platforms en te bekijken hoe op deze platforms het best geïnformeerd kan worden. De interviews met experts hadden betrekking op het onderzoek dat zij zelf doen of kennen naar mogelijk schadelijke content op deze platforms. Daarbij is ook gevraagd naar welke vorm van informatievoorziening het meest effectief zou zijn om kinderen jongeren te beschermen tegen mogelijk schadelijke inhoud op deze platforms.

Uitkomst van deze eerste interviewronde was:

- Men acht de mogelijkheden voor toepassing van een Kijkwijzer vragenlijst/ classificatiemethode vooraf voor deze shortform content zeer gering. Er is nauwelijks/ geen 'curatie' tijd in tegenstelling tot het platform YouTube: filmpjes worden bijna direct opgenomen en geüpload. De duur van de content (seconden/minuten) staat ook niet in verhouding met de duur die nodig is voor het beantwoorden van vragen over de content.
- De hoeveelheid uploads is niet op deze manier te benaderen.

- De noodzaak tot bescherming van kinderen op deze platforms is zeer hoog, gezien de gebruikte algoritmen en de zgn. rabbit holes (TikTok). Het platform zelf beschermt de kinderen daarom niet, ondanks hun eigen zeggen, met leeftijdscriteria en de parental controls. Het platform legt de verantwoordelijkheid voor het (niet) zien van (schadelijke) content bij de gebruiker (ouders en kinderen). Kinderen zitten al vanaf zeer jonge leeftijd vrijwel ongecontroleerd op TikTok en Instagram.
- Feitelijk wordt de verantwoordelijkheid bij de eindgebruiker gelegd; of deze wel of niet iets schadelijks ziet (het kind). Het ontwerp van het platform (de algoritmen) bevat schadelijke elementen – daar zit de eerste kans op bescherming door regulering van het ontwerp.
- De meest schadelijke content zit niet bij de grote aanbieders met veel volgers (>500.000 volgers, de groep uit de beleidsregel) vanwege de (grote) commerciële belangen.
- (Zeer) schadelijke content zit bij kleinere aanbieders en andere, kleinere platforms, die (nog) niet onder het wettelijk toezicht vallen.
- Eén expert heeft kinderen de gebruiksgegevens laten opvragen bij TikTok en die geanalyseerd voor onderzoek. Hieruit bleek dat 20% van de links naar video's niet meer te vinden zijn ten tijde van onderzoek. Een volledig beeld van wat jongeren op TikTok zien blijft dus lastig te behalen. Deze methode zorgt er wel voor dat het kijkgedrag van de jongeren niet beïnvloed is door het onderzoek. Deze methode is ook toe te passen op Instagram en YouTube. Sinds de AVG wetgeving kunnen kinderen/ consumenten deze data opvragen bij de diensten die ze gebruiken. De kinderen in het onderzoek keken samen 277000 filmpjes in de periode van 6 maanden. Het aanbevelingsalgoritme speelt daarbij een belangrijke rol, gezien dit voor 93% bepaalt wat de jongeren op hun ForYou page te zien krijgen.

In juni 2023 hebben wij ter afronding van de onderzoeken de conclusies van de deelonderzoeken voorgelegd aan een expertgroep voor verdere reflectie en advisering.

De expertgroep is van mening dat het NICAM, middels de resultaten van deze onderzoeken, laat zien dat er redelijk wat zorg is (onder zowel ouders als jongeren) met betrekking tot schadelijke inhoud op de platforms. Het is belangrijk dat hier beschermingsmaatregelen voor komen, maar de manier waarop dit geïmplementeerd kan worden is volgens de experts ingewikkeld. Dat heeft vooral te maken met het feit dat veel schadelijke inhoud van internationale media-aanbieders afkomstig is terwijl de handhaving zich nu alleen op een klein deel van het Nederlandse aanbod richt. Het stukje wat Nederland doet is klein en staat niet in verhouding tot de aangeboden content op de platforms.

De expertgroep vindt het desondanks goed dat het NICAM hierop acteert en ook al is het een kleine bijdrage, is dit wat nu gedaan kan worden. Dus zij adviseren om door te gaan met wat al is uitgerold. Wel zien zij hierbij duidelijke verschillen tussen content op YouTube (long form) en platforms als TikTok en Instagram (short form). Verschil in content maar ook de verschillen en professionalisering bij de aanbieders. Daarbij wel de kanttekening dat de bijdrage die het NICAM kan leveren (Nederlandse uploaders) het Kijkwijzersysteem zeker niet moet 'bijten'; het moet geen tegengesteld effect hebben waarbij de betrouwbaarheid en geloofwaardigheid van Kijkwijzer wordt ondermijnd. Daar is gerede twijfel toe want slechts een klein deel van de (schadelijke) content en alleen het Nederlandse deel van de grootste aanbieders zal geclassificeerd kunnen worden. Voor het publiek kan het daardoor lijken alsof een video waar geen waarschuwing bij staat ook geen schadelijke content bevat, wat dan mogelijk niet zo is. Op die wijze biedt Kijkwijzer Online alsnog geen bescherming aan minderjarigen voor schadelijke content. Een waarschuwingssysteem zou dus platform breed moeten worden geïmplementeerd.

De expertgroep stelt ook dat de platforms zelf aangeven veel te modereren en er op die manier bepaalde (schadelijke) content uithalen. De experts trekken dit in twijfel. Het verschilt per platform hoe effectief en snel dit gebeurt, maar het is onwaarschijnlijk dat zij alle schadelijke inhoud hiermee weren.

Bovendien verschilt de definitie van wat schadelijk is enorm tussen de platforms en komt dat niet overeen met een systeem als Kijkwijzer. Wat de platforms doen is niet transparant en daarmee niet betrouwbaar. Je kunt echter niet om de platforms heen. Druk uitoefenen op de platforms om hen een systeem als Kijkwijzer te laten toepassen/implementeren is heel belangrijk. Dit dient te gebeuren door regulering middels wetgeving. Ierland is verantwoordelijk voor de regulering van de grote platforms omdat deze daar gevestigd zijn. Hen helpen daarbij, argumenten aandragen en ontwerpen delen is cruciaal.

Ook kan nagedacht worden over de rol van de gebruikers. Zo kunnen gebruikers van platforms ingezet worden om schadelijke content te filteren. Van uploaders die zeer heftige video's uploaden (waarin zij bijvoorbeeld zelf ernstig dierenleed plegen) is niet te verwachten dat zij hun eigen video's naar eer en geweten zullen beoordelen.

Daarnaast kan het NICAM hier ook een rol inspelen door haar klachtenprocedure goed in te zetten. Zij heeft hierin een rol voor burgers om wanneer zij schadelijke inhoud hebben gezien, de media aanbieder aan te spreken. Wellicht kan NICAM daarnaast een 'trusted flagger' worden en als meldpunt fungeren. Ook daarbij is het goed om te kijken waar verbinding kan worden gezocht met bestaande meldpunten en instanties.

Inhoudelijk zou het goed zijn om bij de ontwikkeling van een systeem om minderjarigen te beschermen tegen schadelijke inhoud op online platforms, naast de al bestaande Kijkwijzer-criteria, ook platform-specifieke eigenschappen en inhoudsvormen die mogelijk schadelijk kunnen zijn in ogenschouw te nemen. De expertgroep is met name bezorgd over het aanbevelingsalgoritme van online platforms. Wanneer een jongere een video bekijkt die verband houdt met een bepaald onderwerp, zal het aanbevelingsalgoritme soortgelijke inhoud suggereren. Als de jongere op deze suggestie klikt en vervolgens opnieuw, kan het algoritme steeds specifiekere inhoud aanbevelen die verband houdt met dat onderwerp. In het geval van schadelijke inhoud kan een jongere in een "rabbit hole" terechtkomen waarin ze steeds meer schadelijke content te zien krijgen. Dit kan bijvoorbeeld inhouden dat ze video's bekijken die zelfmoord aanmoedigen, eetstoornissen bevorderen of desinformatie verspreiden. Door herhaalde blootstelling aan deze schadelijke inhoud kan het de geestelijke gezondheid van jongeren negatief beïnvloeden, hun zelfbeeld verstoren, en zelfs leiden tot zelfbeschadiging of suïcidale gedachten. Daarom is het belangrijk mogelijkheden te verkennen om deze rabbit holes tegen te gaan, bijvoorbeeld middels het geven van waarschuwingen.

Ook adviseert de expertgroep te kijken naar de strategieën die jongeren zelf toepassen of creëren om zichzelf te beschermen tegen schadelijke content. Zo passen jongeren strategieën toe als het geven van positieve comments of het volgen van bepaalde influencers om het algoritme te beïnvloeden. De vraag is wel wat dit ook van jonge kinderen te verwachten is. Zij zijn maar in beperkte mate in staat tot abstract en kritisch denken waardoor dit soort strategieën voor hen nog (te) moeilijk zijn. Bij dit alles blijft ook regulering van de platforms van groot belang. Hoewel het NICAM nu als opdracht de bescherming van minderjarigen heeft, is de vraag of het NICAM deze opdracht in de huidige vorm uit kan voeren en of kinderen/jongeren op de Kijkwijzer-wijze daadwerkelijk beschermt worden? Ook vanuit de huidige ervaringen met de Nederlandse YouTubers en de resultaten komende uit de inhoudsanalyse. Er wordt nu geredeneerd vanuit wetgeving en daarmee traditioneel gedacht. Daarbij wordt gekeken naar de makers en daar wordt dan ook de verantwoordelijkheid gelegd. Er wordt als het ware met een TiTaTovenaar-bril (vroegere regulering van televisie) naar TikTok (online platforms met short form content) gekeken. Een ander medium vraagt om andere middelen.

Conclusie en aanbevelingen vanuit de expertgroep

De expertgroep is van mening dat de uitvoering zoals deze nu door NICAM wordt gegeven aan de opdracht moet worden voortgezet. TikTok en Instagram vragen echter wel om een andere aanpak waarbij er breder gekeken moet worden, en wellicht anders, dan een classificatiesysteem voor Nederlandse uploaders. Het reguleren van de platforms middels wetgeving is van groot belang.

Daar druk op uitoefenen, door tevens de ministeries te verenigen, en aanbevelingen te doen richting de Ierse toezichthouder is cruciaal. Om richting te geven aan een aanpak zijn de volgende aanbevelingen gedaan:

- Regulering van de platforms zelf, tevens bepalen hoe en waarop zij modereren;
- Inzicht en aansluiten bij de strategieën die jongeren zelf al toepassen om zich te weren tegen schadelijke content;
- Verdiepen in andere initiatieven, projecten en technologische mogelijkheden, zoals het Project Online Content Moderatie en kijken hoe we elkaar daarin kunnen versterken/verbinding zoeken;
- NICAM fungeert als aanspreekpunt, en blijft voorlichting geven over social media en hoe met social content om te gaan (bewustwording creëren en bieden van tools) en hierin verbinding zoeken met reeds bestaande instanties.

3.1.2 Een contentanalyse van Instagram en TikTok naar schadelijke inhoud voor minderjarigen

Bij de ontwikkeling van de verschillende toepassingen van Kijkwijzer speelt media-inhoud altijd een belangrijke rol. Om te zorgen dat een systeem mogelijk schadelijke content goed kan identificeren en hier goed in kan differentiëren is het belangrijk om goed in kaart te hebben welke schadelijke content wordt aangeboden en in welke vormen. NICAM heeft daarom via een inhoudsanalyse in kaart gebracht hoe schadelijke content voorkomt in AV-materiaal op TikTok en Instagram.

De belangrijkste vraag hierbij is:

In hoeverre en in welke vorm komt in content op Instagram en TikTok media-inhoud voor die mogelijk schadelijk kan zijn voor kinderen en jongeren? In hoeverre verschilt dit op zowel het gebied van content als context van de manier waarop schadelijk beeldmateriaal voorkomt op televisie, films en series, of YouTube, en hoe kunnen deze elementen het best gedefinieerd worden ten behoeve van een classificatiesysteem?

Dit onderzoek is uitgevoerd door de NICAM onderzoeker en een assistent onderzoeker van de Radboud Universiteit Nijmegen. Leden van de wetenschapscommissie zijn op verschillende momenten betrokken om de onderzoekspzets en de -uitvoering te beoordelen.

Uitvoering

Door middel van een codeboek is in kaart gebracht:

- welk schadelijk materiaal in welke vorm op Instagram en TikTok voorkomt;
- wat de context is waarin dit schadelijk materiaal voorkomt;
- hoe dit zich verhoudt tot de bestaande Kijkwijzer Online vragenlijst.

De steekproef van deze inhoudsanalyse is bepaald op basis van twee facetten:

- a. Enerzijds is gekeken in hoeverre de partijen die binnen het huidige handhavingskader van het CvdM vallen, video's plaatsen die schadelijke inhoud bevatten. Zo kan er iets gezegd worden over de prevalentie van schadelijke inhoud in video's van deze partijen, alsook om welk soort schadelijke inhoud het gaat en hoe dit verbeeld wordt.
- b. Daarnaast is het echter ook van belang te weten hoe schadelijke content überhaupt voorkomt op deze platforms en waar een systeem om dat te beoordelen dus aan moet voldoen. In welke vormen komt bijvoorbeeld geweld voor en waar moet de beoordeling hiervan dus aan voldoen?

Ad b. Inhoudsanalyse verdere schadelijke content op de platforms

Om een breder beeld te vormen van schadelijke inhoud op TikTok en Instagram is ook nog actief op schadelijke content gezocht, waarbij specifieke aandacht is voor de elementen die op basis van de literatuur en binnen het Kijkwijzersysteem als schadelijk worden gedefinieerd. Voor elk van de Kijkwijzercategorieën zijn zoektermen geformuleerd op basis waarvan video's gezocht zijn. Op basis hiervan zijn in totaal 303 video's bekeken. Net als bij de video's van geregistreerde partijen is van elk van die video's in kaart gebracht door wie deze geplaatst zijn en welke schadelijke elementen in welke vorm voorkomen. Er is voor gekozen om gericht te zoeken naar schadelijke content om ervoor te zorgen dat er voldoende schadelijke inhoud bekeken kan worden binnen de scope van dit onderzoek om inzichtelijk te maken hoe schadelijke inhoud voorkomt op de platforms. Door het algoritmische karakter van de platforms, en daarmee het gebrek aan meer objectieve lijsten van bijvoorbeeld trending video's, is het niet mogelijk om in meer algemene termen uitspraken te doen over de prevalentie van schadelijke inhoud. Dit is echter ook niet zozeer het doel van dit onderzoek.

In bijlage 1 is een samenvattende rapportage van dit onderzoek te vinden.

Conclusies van de inhoudsanalyse op TikTok en Instagram

Allereerst kan gesteld worden dat de grote Nederlandse uploaders die nu binnen het handhavingskader vallen maar zeer beperkt schadelijke inhoud plaatsen. Het gaat dan veelal om grof taalgebruik, mild geweld in een sketch, of griezelige make-up. Vergeleken met overige schadelijke content op TikTok en Instagram lijkt dit dus niet zozeer de inhoud waarbij een waarschuwing het meest urgent is.

Desondanks kan gesteld worden dat TikTok en Instagram wel een variëteit aan mogelijk schadelijke content bevatten, waarbij de meer heftige inhoud vooral binnen de categorieën geweld en angst voorkomt. Ook risicovol gedrag zoals gevaarlijke challenges of overmatig alcoholgebruik zijn relatief makkelijk vindbaar of in ieder geval beschikbaar via het algoritme. Wel past met name TikTok verschillende filters toe bij het zoeken waardoor bepaalde zoektermen geblokkeerd worden. Dit maakt de meer heftige content minder goed vindbaar, wat niet betekent dat het platform deze content niet bevat. Het is dus aannemelijk dat een deel van de meest heftige content door deze analyse gemist is, omdat video's niet van zoektermen zijn voorzien, dan wel omdat de zoektermen door TikTok geblokkeerd worden waardoor de video's niet gericht vindbaar zijn. Hierdoor blijft een groot deel van de op deze platforms aangeboden schadelijke content momenteel ongrijpbaar. Bij het maken van beleid en een beoordelingssysteem voor dit soort platforms zal dus rekening moeten worden gehouden met het algoritmisch karakter en zou op platformniveau gekeken moeten worden.

Dit is met name ook belangrijk omdat de meest schokkende of schadelijke content veelal niet van de grootste partijen afkomstig is. De overgrote meerderheid van de bekeken video's was afkomstig van accounts met (veel) minder dan 500k volgers. Soms zijn het zelfs accounts die maar één of enkele video's plaatsen en vrijwel geen volgers hebben. Daar komt bij dat de content veelal niet van Nederlandse (of Europese) kanalen afkomstig is.

Dit betekent dat de overgrote meerderheid van de kanalen die schadelijke inhoud plaatst niet onder de mediawet, of zelfs de Europese richtlijn, valt. Desondanks kan deze content wel door Nederlandse kinderen worden bekeken.

3.1.3 Een analyse van de uploaders

Wanneer uploaders met een vragenlijst of checklist hun materiaal moeten beoordelen op schadelijkheid is het van belang dat dit op een betrouwbare manier gebeurt.

Daarvoor is het niet alleen van belang dat het systeem goed aansluit bij de media-inhoud, maar ook dat het gebruiksvriendelijk en duidelijk is voor de uploader, en aansluit bij hun werkwijze.

Daarom is het NICAM met uploaders in gesprek gegaan over hun productieproces en is onderzocht hoe zij het beoordelen van hun materiaal met bijvoorbeeld de voorgestelde checklist of vragenlijst ervaren en hoe het beoordelen van en waarschuwen voor mogelijk schadelijk materiaal zo efficiënt en betrouwbaar mogelijk gemaakt kan worden.

Het NICAM heeft in februari 2023 een bijeenkomst met verschillende creators georganiseerd om te onderzoeken hoe dat zou kunnen worden gerealiseerd. Tijdens deze bijeenkomst stond de volgende vraag centraal:

Hoe kunnen we kinderen beschermen tegen (mogelijk) schadelijke beelden op TikTok en Instagram op een manier die voor creators praktisch werkbaar is?

Om deze vraag te beantwoorden is het maakproces van de creators besproken, en hoe informatie over mogelijk schadelijke inhoud getoond zou kunnen worden. Daarnaast werd door YoungWorks de uitkomsten van een onderzoek onder tieners (zie onderzoek 4a) gepresenteerd.

In bijlage 2 is het verslag van deze bijeenkomst te vinden en het resultaat van het gesprek over de toepassing van Kijkwijzer in het productieproces.

Conclusies

De uploaders zien zeker het belang van de bescherming van kinderen op de platforms en hebben actief meegedacht. Zij merken echter op dat de eerste paar seconden van een video voor hen van groot (commercieel) belang is in het algoritme. Om die reden geven zij de voorkeur aan bijvoorbeeld tekst die in beeld is terwijl de video al afspeelt, vergeleken met bijvoorbeeld een billboard voorafgaand aan de video. Dit heeft er ook mee te maken dat men bang is dat in dat geval ook mensen voor wie de video wel bedoeld is deze weg zullen swipen. Hierbij is besproken dat het bij een waarschuwing tijdens de start van de video wel van belang is de eerste seconden geen schadelijke content in beeld te brengen. Hiervan geven de uploaders aan dat dat voor hen beter zou werken dan een scherm vullende banner die de eerste paar seconden in beeld is. Hierin speelt mee dat deze regels met het huidige handhavingskader voor slechts een zeer selecte groep (Nederlandse) uploaders zou gelden, waardoor zij een ongelijk speelveld ervaren. De meest heftige en schadelijke beelden zijn vaak afkomstig van kleine creators die door het plaatsen van dit soort inhoud viral gaan. Die uploaders vallen nu niet onder het handhavingskader, terwijl zij wel de meest schadelijke content verspreiden. De uploaders wijzen op het risico dat de gevoelde noodzaak en daarmee het draagvlak voor uitvoering daarmee verlaagd wordt. Verder wijzen zij op de verantwoordelijkheid van ouders, het belang van voorlichting aan ouders en kinderen, en de verantwoordelijkheid van het platform (TikTok) zelf.

Met uploaders is doorgesproken over de classificatietool van het NICAM. Beide creators staan positief tegenover het soort tools waarmee het NICAM nu werkt, zeker wanneer dit in efficiënte vorm kan worden toegepast. Omdat zij zelf hun video's buiten de TikTok app maken en bewerken, is een losse app of website voor hen acceptabel. Desondanks wordt implementatie binnen het platform als ideale oplossing gezien, ook met het oog op andere uploaders die hun content wel binnen het platform produceren en bewerken.

3.1.4 Een analyse van gebruikers

Omdat een classificatiesysteem alleen maar effectief kan zijn wanneer het ook daadwerkelijk gebruikt wordt, spelen naast wetenschappelijke inzichten over schadelijkheid van media voor verschillende leeftijdsgroepen ook het gedrag, de wensen en behoeften van de gebruikers een belangrijke rol.

Waar bij de ontwikkeling van het klassieke Kijkwijzersysteem vooral ouders hierbij centraal stonden, zorgt het in toenemende mate zelfstandige mediagebruik van kinderen ervoor dat ook hun perspectief meegenomen dient te worden. Zo is het van belang te weten hoe kinderen van verschillende leeftijden online platforms als Instagram en TikTok gebruiken en hoe zij hierbij content selecteren en bekijken. Gaat het om Nederlandse content of om internationale content c.q. wat is de verhouding daartussen? Daarnaast is het van belang om te weten welke schadelijke content zij hierbij tegenkomen, hoe zij hiervoor gewaarschuwd zouden willen worden, en of en hoe zij zulke waarschuwingen zouden gebruiken. Met andere woorden staat als vraag centraal: waar zou een classificatie en informatiesysteem aan moeten voldoen om doeltreffend te zijn in het beschermen van minderjarigen tegen mogelijk schadelijke media(inhoud)? Centraal staat daarbij waar gebruikers zelf behoefte aan hebben.

Uitgevoerde activiteiten:

- Young Works heeft een kwalitatief onderzoek uitgevoerd in de vorm van uitgebreide interviews met 18 jongeren van 10 t/m 16 jaar uit heel Nederland, zorgvuldig geselecteerd op basis van leeftijd, sekse, opleidingsniveau en regionale spreiding.
- GfK heeft het kwantitatieve publieksonderzoek uitgevoerd onder 1292 respondenten, onderverdeeld in n=255 ouders van kinderen in de leeftijd 6 t/m 9 jaar, n=510 ouders van tieners in de leeftijd 10 t/m 16 jaar en n=527 tieners van 10 t/m 16 jaar. De ouders of kinderen zijn lid van het GfK Panel.

Deze activiteiten zijn uitgevoerd, waarbij de resultaten uit het eerste, kwalitatieve onderzoek (door Young Works) benut zijn voor de vormgeving van het kwantitatieve onderzoek (door GfK). Een samenvatting van de bevindingen uit deze onderzoeken zijn te vinden in bijlage 3 en bijlage 4.

Conclusie onderzoek onder tieners en ouders van jonge kinderen

In algemene zin is duidelijk dat een substantieel deel van de kinderen en tieners schadelijke content ziet op Instagram en TikTok. De meeste tieners, ouders van tieners en ouders van jonge kinderen hebben behoefte aan een betrouwbaar systeem dat informeert over mogelijk schadelijke elementen in video's op TikTok en Instagram. Daarbij willen zij bij voorkeur zo specifiek mogelijke informatie. Bijvoorbeeld in de vorm van banners waarin schadelijke elementen benoemd worden(bijv. let op: dierenleed).Ook het logo van Kijkwijzer vinden kinderen en jongeren van belang: het draagt bij aan een serieuze en betrouwbare afzender.

Uit het publieksonderzoek van GfK blijkt verder dat van de tieners (10 t/m 16 jaar) 83% bekend is met Kijkwijzer. Van de 13 t/m 16-jarigen zelfs 86%. Zeven op de tien (71%) tieners gebruikt Kijkwijzer leeftijden en inhoudspictogrammen wel eens bij de keuze van televisieprogramma's, series, video's en films. Dit aandeel is wat hoger onder 10 t/m 12- jarigen (82%) dan 13 t/m 16-jarigen (62%).

Bijlage 1: Samenvatting resultaten inhoudsanalyse

1. Geregistreerde partijen

Steekproef

Op het moment dat deze inhoudsanalyse werd uitgevoerd hadden 114 uploaders zich gemeld bij het CvdM. Om te beoordelen wat voor content zij plaatsen zijn er steekproefsgewijs gemiddeld 3 video's per uploader bekeken, voor een totaal van 345 video's. Bij uploaders met accounts op meerdere platforms is een video extra bekeken, wanneer uploaders geen reels/video's plaatsen maar alleen livestreams, 'stories', of foto's is geen content bekeken.

Resultaten

Verreweg de meeste bekeken video's bevatten geen inhoud die binnen het Kijkwijzersysteem als schadelijk wordt aangemerkt. Slechts 8 video's bevatten een element dat als mogelijk schadelijk kan worden aangemerkt. Bij 4 van deze video's ging het om grof taalgebruik, dat veelal 1 of enkele keren voorkwam. Bij 1 van deze video's werd dit gecombineerd met mild (slapstick) geweld in de context van een sketch. De andere 4 video's bevatten griezel-elementen. In twee gevallen gaat het om griezelige verhalen, in de andere twee gevallen om griezelige makeup-makeovers met soms special effects toegevoegd. De algemene indruk en conclusie is dat de meeste grote Nederlandse uploaders weinig inhoud plaatsen die mogelijk schadelijk is voor kinderen, en dat het waar dit wel het geval is veelal om relatief milde inhoud gaat.

2. Schadelijke elementen

Om te beoordelen hoe schadelijke elementen in video's op TikTok en Instagram voorkomen zijn er per categorie op basis van zoektermen video's met schadelijk materiaal opgezocht om te analyseren. Op basis hiervan zijn in totaal 303 video's bekeken.

Geweld

Voor geweld is een variëteit aan video's vindbaar, van verbale agressie en bedreiging tot daadwerkelijk fysiek geweld. De meest vindbare beelden van geweld zijn veelal niet zeer expliciet. Het gaat bijvoorbeeld om beelden van vechtsporten, ruwe aanhoudingen, en ruzies en vechtpartijen op straat, in het OV of op het sportveld. Vaak zijn de video's gemaakt met mobiele telefoons en spontaan opgenomen. Daarnaast gaat het soms om scènes uit films of televisieprogramma's (bijv. Ex on the beach) die door mensen op social media zijn geplaatst.

Enkele bekeken video's bevatten geweld dat als zeer expliciet of hevig zou worden aangeduid. Daarbij gaat het bijvoorbeeld om beelden die zijn opgenomen met de bodycam van een Wagnersoldaat waarop te zien is hoe hij andere soldaten van dichtbij ontwapent en vervolgens neerschiet. Een andere video betreft bewakingscamera beelden waarop te zien is hoe een overvaller wordt doodgeschoten. Hoewel de beelden zelf veelal niet heel grafisch zijn in de zin dat er geen verwondingen te zien zijn en het geweld ook niet altijd even duidelijk in beeld is, maakt de echtheid van de geweldssituaties de beelden wel heftiger.

Opvallend is dat beide video's door zeer kleine accounts gemaakt zijn, zo is de Wagner-video afkomstig van een Instagram account met op het moment van coderen slechts 606 volgers.

De video is met 956 views op het moment van coderen ook niet bijzonder vaak bekeken. Inmiddels is het account, en dus ook de video, verwijderd. Deze heeft dan desondanks zo'n 2 maanden online gestaan.

In het algemeen zijn de geweldsvideo's afkomstig van relatief kleine accounts. Het grootste account is van Nu.nl 438k volgers. De overige accounts hebben veelal (veel) minder dan 100k volgers. Soms lijken de accounts ook specifiek aangemaakt om een video te plaatsen, zo is een van de accounts, die een inmiddels verwijderde video van een vechtpartij plaatste, leeg en heeft het slechts 32 volgers.

Pesten en Discriminatie

Voor pesten en discriminatie werden vooral video's gevonden van ervaringsverhalen. Met name bij pesten is het gedrag zelf in non-fictie content weinig in beeld. Veelal gaat het om verhalen of fictieve verbeeldingen. Van discriminatie werden meer video's van echte gebeurtenissen gevonden. Bijvoorbeeld een video waarop is vastgelegd hoe een witte vrouw racistische opmerkingen maakt naar een beveiligiger. Ook discriminatie door uploaders zelf komt voor, zo is een van de bekeken video's een repost van een (Amerikaanse) TikToker die racistische opmerkingen maakt, de persoon die het repost reageert hier (afkeurend) op. Ook fragmenten uit fictiecontent met daarin discriminatie komen voor. Bij non-fictiecontent is de toon veelal afkeurend.

De grootte en het soort accounts dat deze video's plaatst is zeer wisselend en varieert van enkele duizenden tot miljoenen volgers. De kleinere accounts zijn veelal losse uploaders/creators. De grotere accounts zijn bijvoorbeeld accounts gericht op viral video's, maar ook organisaties gericht op gelijkheid die juist video's plaatsen waarin discriminatie wordt afgekeurd. De pest-video's zijn allen afkomstig van relatief kleinere accounts (11k – 224k).

Angst

Omdat angst op veel verschillende manieren opgewekt kan worden bevat het Kijkwijzersysteem veel verschillende elementen gerelateerd aan angst. Het gaat dan bijvoorbeeld om beelden van slachtoffers of mensen die zeer angstig zijn of lijden, om beelden van verwondingen of lijken, beelden van dierenleed, beelden van horror-of griezelementen. Voor al deze elementen zijn dan ook video's gezien en bekeken. Het gaat bij deze categorie bijvoorbeeld om video's uit oorlogsgebieden, gefilmd met bijvoorbeeld bewakingscamera's en telefoons. Zo is er een met een telefoon opgenomen video van iemand in Oekraïne, die de plek filmt waar zojuist een Russische aanval is geweest. De beelden zijn wazig maar er is vuur te zien en op de grond lijken zoals gewonden als overleden mensen te liggen. De video's zijn veelal niet zeer expliciet maar hebben door hun echtheid wel meer impact. Over het algemeen wordt er weinig context gegeven aan de getoonde beelden. Een deel van de video's is geplaatst door journalisten of nieuwszenders en geeft dan ook iets meer uitleg bij het verbeelde. De meeste video's tonen echter alleen een kort stukje beeldmateriaal waar je als kijker direct invalt zonder dat er veel context wordt geboden, op soms wat tekst in beeld of in de beschrijving na.

Het platform bevat ook video's die expliciet bedoeld zijn om kijkers angst aan te jagen, namelijk video's van griezel en/of horror content. Het betreft verschillende soorten video's, van beelden uit films of games tot verhalen over paranormale evenementen, beelden van killerclowns of mensen die bezeten zouden zijn, en video's waarin in eerste instantie iets te zien is wat niet zozeer griezelig is (bijv. een man die slangen verzorgt, een schoonmaker die een ruimte dweilt) waarna plotseling een jumpscare volgt (bijv. een eng monster/gezicht dat in beeld verschijnt). Dergelijke video's bevatten soms waarschuwingen door de maker (in de titel) of worden door TikTok afgeschermd als 'gevoelige' of 'schokkende' inhoud.

Het soort accounts dat deze video's plaatst varieert. Beelden rondom dierenleed komen over het algemeen van (kleinere) individuele uploaders, maar ook van organisaties zoals PETA. Waar het gaat om oorlogsbeelden zijn dit deels nieuwsvideo's van grotere kanalen.

Daarnaast wordt ook beeldmateriaal geplaatst door losse accounts van individuele uploaders en journalisten, daar betreft het veelal accounts met relatief weinig volgers. De hiervoor besproken video waarin Oekraïense slachtoffers van een aanval te zien zijn is bijvoorbeeld geplaatst door iemand met slechts 1000 volgers. De horror video's zijn afkomstig van verschillende soorten accounts, waarbij een gedeelte relatief groot is (8 accounts hebben meer dan een miljoen volgers, waarvan een account gericht op griezelige animatie-video's zelfs 20.6 miljoen volgers heeft). Het kleinste account 'is Nederlands en heeft slechts 1 volger. De video's met de meer heftige griezeleffecten zijn afkomstig van accounts met zeer uiteenlopende volgersaantallen; van slechts 420 volgers tot 1.8 miljoen volgers, en zijn alle internationaal.

Zelfmoord, zelfverminking en eetstoornissen

Een andere categorie aan schadelijk materiaal zijn video's gerelateerd aan vormen van zelfbeschadiging zoals zelfmoord, zelfverminking en eetstoornissen. Rondom al deze onderwerpen zijn op de platforms video's te vinden. Wel is het gedrag zelf slechts zelden expliciet te zien, meestal wordt het besproken. Het gaat dan bijvoorbeeld om informatieve video's of ervaringsverhalen. Over het algemeen zijn de video's serieus en informatief van aard. Desondanks kunnen met name de ervaringsverhalen voor mensen die hier gevoelig voor zijn mogelijk 'triggerend' werken. Ook bevat een gedeelte van de video's wél beeldmateriaal, zoals foto's waarop meiden tijdens hun eetstoornis sterk vermagerd poseren, of beelden van selfharm-littekens. Een aantal video's tonen wat iemand die herstellende is van een eetstoornis eet, of anderzijds hoe een dag met een eetstoornis eruitziet. In één video is te zien hoe een vrouw op een viaduct zit en daar door iemand vanaf wordt gepraat. Een deel van deze video's bevat waarschuwing voor schokkende/gevoelige content vanuit de platforms zelf, maar dit geldt niet voor alle video's. Ook is een deel van de video's inmiddels verwijderd.

Het soort accounts dat deze video's plaatst is gevarieerd. Over het algemeen betreft het relatief kleine accounts met enkele honderden of duizenden volgers. Slechts 6 van de video's zijn geplaatst door accounts met meer dan 100.000 volgers waarvan er 4 meer dan 500.000 volgers hebben. Dit betreft bijvoorbeeld accounts van grotere platforms, organisaties over mentale gezondheid en psychologen. Het gedrag wordt hierin veelal geproblematiseerd. De video van de vrouw die op de viaduct zit is echter ook door een relatief groter account geplaatst maar dit bevat verder enkel 'inspirerende' quotes.

Gevaarlijk gedrag (stunts en challenges)

Om video's van gevaarlijk gedrag te vinden is gericht gezocht op namen van de challenges die door jongeren het vaakst gezien worden (gebaseerd op recent survey-onderzoek aan de Radboud Universiteit). Een deel van de zoektermen (bijv. choking challenge) wordt door TikTok zelf geblokkeerd maar op andere challenges (bijv. salt and ice, cinnamon challenge) kan nog steeds gezocht worden en van deze challenges zijn dan ook video's vindbaar.

Opvallend is verder dat de toon ten aanzien van het gedrag in verreweg de meeste gevallen neutraal of zelfs positief is. Slechts een enkele video is duidelijk negatief van ten aanzien van challenges, namelijk een video van het Jeugdjournaal over een 'vuurwerk stampen' challenge. Wanneer de challenges positief verbeeld worden, worden ze veelal als leuk en grappig neergezet, in geen van de video's was sprake van een expliciete oproep om deel te nemen. Wel wordt in een enkele video uitgelegd wat de challenge inhoudt of hoe je deze uitvoert.

De accounts die het gedrag plaatsen zijn opvallend vaak klein, met enkele honderden of duizenden volgers. Slechts één (Amerikaans) kanaal heeft meer dan 500.000 volgers.

Middelengebruik

Voor middelengebruik is gezocht op video's met alcohol, roken, of drugs. Hierbij zijn zowel video's vindbaar die enkel over het gedrag gaan, zonder dat het getoond wordt (bijv. een fragment over XTC uit Zondag met Lubach), als video's waarin het gedrag zelf zichtbaar is.

Net als bij gevaarlijk gedrag is ook hier de toon veelal neutraal/gemend of zelfs positief. Slechts één video is meer negatief of kritisch van aard en dit betreft wederom een nieuwsitem (over roken en vaperen).

Net als bij gevaarlijk gedrag zijn de personen die de video's plaatsen en die ook in de video te zien zijn veelal geen grote influencers maar kleinere influencers/uploaders met enkele duizenden of tienduizenden volgers. Soms zijn de accounts wat groter maar nog steeds kleiner dan binnen de huidige kaders zou vallen, één van de video's is bijvoorbeeld afkomstig van 'de Duitse kampioen vape tricks' met 160k volgers. Daarnaast gaat het in één geval om een relatief grote Nederlandse uploader, de video is echter relatief mild en toont hoe zij een shotje neemt.

Seks

Voor seks is gezocht op termen zoals seks/sex alsook op alternatieve spellingen van het woord seks (bijv. seggs). Deze inhoud blijkt relatief slechter vindbaar. Het gaat veelal niet om video's waarin (expliciet) seksuele handelingen te zien zijn maar eerder om video's waarin seks het onderwerp is, of waarin seksueel taalgebruik voorkomt.

De video's zijn overwegend geplaatst door relatief kleine accounts met enkele duizenden tot tienduizenden volgers. Een account is groter (104k volgers), het gaat om een account van een vrouwelijke uploader met verschillende video's met seksueel georiënteerde grappen. Ook de andere accounts zijn veelal van individuele uploaders en bijvoorbeeld gericht op seksuele voorlichting. Een van de Nederlandse accounts lijkt vooral fragmenten van een soort podcast te bevatten, waarbij over allerlei onderwerpen wordt gepraat (waaronder in dit fragment dus seks).

Conclusies

Allereerst kan gesteld worden dat de grote Nederlandse uploaders die nu binnen het handhavingskader vallen maar zeer beperkt schadelijke inhoud plaatsen. Het gaat dan veelal om grof taalgebruik, mild geweld in een sketch, of griezelige make-up. Tegelijkertijd zijn op TikTok en Instagram wel video's met meer heftige inhoud vindbaar. Vergeleken daarmee lijkt het aanbod van de grote uploaders dus niet zozeer de inhoud waarbij een waarschuwing het meest urgent is.

Bijlage 2: Gesprekken met uploaders

Behalve aansluiting bij de inhoud van het media-aanbod is het ook van belang dat een classificatiesysteem aansluit bij het maakproces van de mensen die ermee gaan werken. In het geval van TikTok en Instagram zijn dat de uploaders. Om die reden heeft het NICAM in februari 2023 een bijeenkomst met verschillende uploaders georganiseerd waarbij de volgende vraag centraal stond:

Hoe kunnen we kinderen beschermen tegen (mogelijk) schadelijke beelden op TikTok en Instagram op een manier die voor creators praktisch werkbaar is?

Om deze vraag te beantwoorden is het maakproces van de creators besproken, en is daarnaast besproken hoe informatie over mogelijk schadelijke inhoud getoond zou kunnen worden. Daarnaast werd door YoungWorks de uitkomsten van een onderzoek onder tieners (zie onderzoek 4a) gepresenteerd. Na afloop van de sessie zijn in juni nog vervolggesprekken geweest met twee uploaders. Hieronder volgen de belangrijkste uitkomsten van beide sessies.

Wat het maakproces betreft werken de meeste uploaders die NICAM heeft gesproken met montageprogramma's buiten de TikTok en Instagram app. Hierin bewerken zij video's nadat ze deze gefilmd hebben. Het zou in dat stadium dus mogelijk zijn Kijkwijzer-informatie aan de video toe te voegen. Echter wijzen de uploaders er wel op dat niet iedereen met dit soort programma's werkt. Er zijn ook makers die hun video's wel binnen de platforms maken. Een classificatiesysteem dat binnen het platform gebruikt kan worden zou daarmee optimaal zijn.

Bij een classificatiesysteem vinden de uploaders het daarnaast belangrijk dat er duidelijke en vaste regels en richtlijnen zijn. Het zou goed zijn een cursus te volgen waarin dit wordt toegelicht en waarna je gecertificeerd bent om hiermee aan de slag te gaan. Het beoordelen zelf moet daarnaast efficiënt zijn en niet teveel tijd kosten. Bij voorkeur dus geen al te lange vragenlijst. In de vervolggesprekken zijn de huidige Kijkwijzer vragenlijsten met de uploaders bekeken en besproken. Deze lijken hen voldoende duidelijk, zeker wanneer ze in verkorte en efficiënte vorm kunnen worden toegepast.

Een grotere drempel blijkt voor uploaders de informatievoorziening en de vorm waarin deze wordt toegepast. Hoewel informatie die aan de video zelf wordt toegevoegd het meest duidelijk en zichtbaar is deze achteraf niet meer aan te passen. Dit kan een probleem veroorzaken wanneer een aanpassing nodig is. Daarnaast verschillen de meningen over de vorm waarin informatie kan worden getoond. Sommige uploaders zouden willen informeren met bijvoorbeeld emoji's, omdat dit bij het platform past, anderen vinden dit niet professioneel genoeg. De pictogrammen worden deels juist weer als te professioneel gezien, dat zou ertoe kunnen leiden dat inhoud niet meer als authentiek wordt gezien.

Met de uploaders zijn ook de uitkomsten uit het onderzoek dat YoungWorks voor NICAM heeft uitgevoerd (zie onderzoek 4a) besproken. Hierin werd uiteengezet hoe de gebruikers (jongeren) de informatievoorziening graag zouden zien. Hierbij werd duidelijk dat jongeren graag duidelijke informatie willen, bijvoorbeeld in een banner voorafgaand aan de video.

Dit heeft er waarschijnlijk ook mee te maken dat ze die vorm van informatievoorziening al gewend zijn omdat de platforms dit zelf ook hanteren. De banners die de platforms nu gebruiken worden echter onvoldoende duidelijk geacht.

Ten eerste omdat veelal onduidelijk is wat bedoeld wordt met bijvoorbeeld ‘gevoelige inhoud’, het is onvoldoende specifiek. Daarnaast speelt mee dat deze waarschuwing voor zowel meer als minder heftige inhoud worden geplaatst, waardoor jongeren niet goed weten wat ze kunnen verwachten. Vanuit NICAM zijn aan de jongeren ideeën voor alternatieve banners voorgelegd. Hierbij werd duidelijk dat jongeren de voorkeur geven aan specifieke informatie in de vorm van tekst. Deze billboards zouden dan alleen getoond worden bij de meest heftige content.

Hoewel de uploaders dit begrijpen zijn ze zelf geen voorstanders van scherm vullende billboards. Dit heeft er ook mee te maken dat men bang is dat in dat geval ook mensen voor wie de video wel bedoeld is deze weg zullen swipen. Om bovengenoemde reden geven de creators de voorkeur aan informatie die in beeld staat terwijl de video wel al afspeelt. In dat geval zou er dan nog geen schadelijke inhoud in beeld mogen zijn op het moment dat de informatie gegeven wordt.

Bij dit alles leidt het huidige handhavingskader bij de uploaders wel tot twijfels over de effectiviteit. Volgens de creators zijn de grote Nederlandse partijen niet diegenen die schadelijke content maken. Hierdoor hebben zij niet het idee dat de huidige implementatie zal bijdragen aan de bescherming van minderjarigen, wat de gevoelde noodzaak en daarmee het draagvlak verlaagt. Het verhoogt voor hen ook de drempel voor het vertonen van informatie: wanneer zij als zeer selecte Nederlandse groep de enige zijn die deze informatie voorafgaand aan hun video moeten tonen ervaren zij een ongelijk speelveld. Verder wijzen zij op de verantwoordelijkheid van ouders, het belang van voorlichting aan ouders en kinderen, en de verantwoordelijkheid van het platform (TikTok) zelf.

Bijlage 3: Kwalitatief onderzoek onder jongeren 10-16 jaar

Management Summary

In opdracht van NICAM voerde Youngworks kwalitatief onderzoek uit onder 18 jongeren van 10-16 jaar. Het doel van het onderzoek is inzicht te verkrijgen in de beleving en behoeften van de doelgroep aan informatievoorziening voor mogelijk schadelijke short-form content op TikTok, Instagram en YouTube. In het onderzoek is met jongeren besproken of zij wel eens vervelende content tegenkomen op Instagram of TikTok en hoe zij hierover geïnformeerd willen worden. Daarbij zijn ook een aantal concepten voor informatie-banners aan de jongeren voorgelegd.

Jongeren hebben behoefte aan banners voor schadelijke short-form video's

Uit de gesprekken komt naar voren dat jongeren graag geïnformeerd willen worden over schadelijke inhoud in short-form video's op social media. Jongeren zijn al bekend met meldingen op social media, maar deze meldingen zijn volgens jongeren niet afdoende. De meldingen vallen niet goed op, de beschrijving is vaag of onduidelijk, de melding blijkt vaak niet te kloppen. Jongeren hebben behoefte aan een serieuze waarschuwing die opvalt en betrouwbaar is, zoals de banner die Kijkwijzer in concept ontwikkelt heeft.

Banner sluit aan bij behoefte van kinderen aan bescherming tegen schadelijke content

Uit het onderzoek komt naar voren dat 10-12 jarigen behoefte hebben aan banners die waarschuwen voor video's met schadelijke content. Deze behoefte komt voort uit nare ervaringen met schadelijke content, vooral op TikTok en YouTube. Dat sorteerde in gevoelens van angst, onveiligheid, schuld en schaamte. Kinderen ervaren geënceneerde content vaak als 'echt' waardoor de beelden veel indruk maken. Ze missen coping strategieën om de impact van schadelijke video-content te verminderen. Vaak zijn ze bang dat ze, door het algoritme, meer video's tegenkomen met schadelijke content. Kinderen ervaren de door Kijkwijzer ontwikkelde banners als waarschuwing: zo kunnen ze zichzelf beschermen tegen heftige beelden.

Banner sluit aan bij behoefte van jongeren 12+ aan autonomie

Jongeren 12+ willen zelf kunnen beslissen of ze de beelden kijken. Ze vinden het onprettig als de heftige beelden onaangekondigd worden getoond. Ze willen wel een weloverwogen keuze kunnen maken op basis van de informatie op de banner. Daarnaast werkt de banner als alert: jongeren staan klaar om door te scrollen als de content toch te heftig is. Jongeren van 12+ kunnen beter dan kinderen tegen gevoelige content, toch hebben ze selectieve gevoeligheid voor bepaalde elementen, bijvoorbeeld dierenleed. Daarom willen ze wel gewaarschuwd worden. Echter, jongeren van 12+ willen niet wachten tot de Kijkwijzer banner na enkele seconden verdwijnt. Ze hebben weinig uitsteltolerantie en willen meteen klikken en kijken, of scrollen anders door.

Voorkeuren van jongeren m.b.t. design banner

Om te onderzoeken welke voorkeuren jongeren hebben met betrekking tot informatievoorziening zijn verschillende opties voorgelegd. Er is gevarieerd in achtergrond van de banner (effen oranje, rood, of de video geblurred), de informatie op de banner (pictogrammen versus tekst, tekst met algemene vs specifieke informatie over de inhoud) en de toon van de banner (wel of geen 'let op' en wel of geen Kijkwijzer als afzender).

Hieruit kwamen de volgende voorkeuren:

1. Effen achtergrond, niet geblurd > Jongeren hebben de voorkeur voor een banner met gekleurde effen achtergrond. Een geblurde achtergrond geeft te veel info weg. Jongeren zijn bang dat dit beeld nare gedachten triggert.
2. Achtergrond in het rood > De rode kleur valt goed op en wordt geassocieerd met een waarschuwing. Het idee om te variëren in kleur (geel, oranje, rood) werkt mogelijk niet. Jongeren zien een enkele banner en hebben geen referentie om de kleuren te duiden. De kleuren oranje en geel worden minder serieus genomen.
3. Voorkeur voor korte tekst boven (alleen) pictogrammen > Jongeren hebben een voorkeur voor tekst in plaats van de pictogrammen van Kijkwijzer.. Een deel heeft een voorkeur voor tekst en een leeftijdsicoon. Zo hebben ze voor hun gevoel een extra indicatie of de beelden geschikt zijn.
4. Tekst met specifieke informatie over de content > Specifieke informatie (als 'dierenleed', 'bloed en verwondingen') geeft houvast bij het maken van een keuze. Een banner met alleen pictogrammen of algemene tekstuele informatie ('enge beelden', 'geweld') doet dat minder of niet. De toevoeging 'Let op:' geeft goed aan dat de banner een waarschuwing bevat, en triggert jongeren om op te letten.
5. Banner met logo van Kijkwijzer geeft vertrouwen > Het logo van Kijkwijzer draagt bij aan een serieuze en betrouwbare indruk van de banner. Jongeren die Kijkwijzer kennen, weten dat Kijkwijzer ervaring heeft met het beoordelen van beelden. Jongeren die Kijkwijzer niet kennen, hebben ook een voorkeur voor een banner met logo. Daaruit leiden ze af dat niet een algoritme, maar een organisatie bepaalt dat de beelden heftig zijn. Het logo moet echter klein afgebeeld, anders lijkt het een advertentie.

Bijlage 4: Kwantitatief onderzoek jongeren en ouders

In opdracht van het NICAM heeft GfK onderzoek gedaan onder ouders en jongeren. Het doel van dit onderzoek was inzicht verkrijgen in het gebruik van TikTok en Instagram door jonge kinderen en tieners, hun ervaringen met mogelijk schadelijk beeldmateriaal op deze platformen, en de informatiebehoefte van (jonge) kinderen en hun ouders bij mogelijk schadelijke content op TikTok en Instagram. De steekproef bestaat uit n=1292 respondenten, onderverdeeld in n=255 ouders van kinderen in de leeftijd 6 t/m 9 jaar, n=510 ouders van tieners in de leeftijd 10 t/m 16 jaar (bij de analyse onderverdeeld in 10 t/m 13 en n=527 tieners van 10 t/m 16 jaar. De ouders of kinderen zijn lid van het GfK Panel.

Management summary

Een groot deel van de ondervraagde tieners maakt gebruik van TikTok en Instagram, waarbij vooral TikTok populair is. Hoewel het gebruik onder jonge kinderen een stuk lager ligt geeft bijna een kwart van de ouders van jonge kinderen (6 t/m 9) aan dat ook hun kinderen wel eens filmpjes kijken via TikTok of Instagram. Voor tieners is dit ongeveer drie kwart van de ondervraagden. Daarbij wordt ook veel tijd besteed aan met name TikTok, het merendeel van de tieners die hierop kijkt besteedt er meer dan een half uur per dag aan en bijna de helft doet dit zelfs meer dan een uur. Alle leeftijdsgroepen kijken zowel Nederlandse als internationale content en selecteren niet heel actief wat ze gaan kijken, ze kijken vooral wat hen door de algoritmes wordt aangeboden.

In alle leeftijdsgroepen wordt vooral via telefoons en tablets gekeken, en komt alleen kijken veel voor. Zelfs in de jongste groep geeft 58% van de ondervraagde ouders aan dat regelmatig alleen wordt gekeken, bij tieners is dat zelfs 95%. Ouders hebben dus niet altijd zicht op wat hun kinderen op de platforms kijken. Waar bij jonge kinderen in de meeste gevallen wel afspraken gelden rondom hoe lang en wat er gekeken mag worden, is dat voor tieners nog maar bij een minderheid het geval.

Desondanks geven ouders van zowel jonge kinderen als tieners die gebruik maken van Instagram en TikTok aan zich wel zorgen te maken dat hun kind in aanraking komt met verschillende schadelijke elementen, wanneer deze aan de respondenten worden voorgelegd. Wanneer tieners gevraagd wordt of ze inderdaad wel eens met die elementen in aanrakingen komen blijkt dit voor in elk geval een deel van de tieners het geval. Voor de meeste schadelijke elementen betreft het een minderheid maar nog steeds wel substantieel deel van de gebruikers.

Hoewel slechts 18% van de tieners op spontaan niveau aangaf wel eens iets onprettigs te hebben gezien op de platforms hebben de meeste tieners (80%), net als ouders van tieners (89%) en ouders van jonge kinderen (93%), wel behoefte aan een systeem dat informeert over mogelijk schadelijke elementen in video's op TikTok en Instagram. Daarbij worden alle door Kijkwijzer gehanteerde elementen door een meerderheid van de respondenten in alle groepen belangrijk gevonden.

Naast inhoudsinformatie geeft een meerderheid aan ook een leeftijdsaanduiding van belang te vinden, wel daalt dit belang naarmate kinderen ouder worden.

Wanneer gekeken wordt naar detailniveau van de informatie wil een kleine meerderheid niet alleen weten om welke categorie beelden het gaat (bijv. enge beelden) maar ook om het soort beelden binnen die categorie.

Voor wat betreft de vorm van informatievoorziening lijkt de voorkeur in alle groepen uit te gaan naar een geschreven waarschuwing voorafgaand aan de start van de video. Wel lijken met name ouders van jonge kinderen symbolen ook een wenselijke optie te vinden. Daarbij vindt een meerderheid het wenselijk dat zo'n banner een aftelklok zou bevatten zodat duidelijk is hoe lang deze nog in beeld is.

Tot slot blijkt uit de open antwoorden dat in elk geval een deel van de respondenten nog liever zou zijn dat content die mogelijk schadelijk is afgeschermd wordt, bijvoorbeeld via een leeftijdsslot.

NICAM | Kijkwijzer
Postbus 322
1200 AH te Hilversum
035 – 6460860
www.nicam.nl
www.kijkwijzer.nl

