



Ministerie van Binnenlandse Zaken en  
Koninkrijksrelaties



# Kinderrechten Impact Assessment op Snapchat

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.<sup>1</sup> Het instrument KIA is niet bedoeld om te beoordelen of een digitale dienst aan wet- en regelgeving voldoet.

Het voorliggend KIA is uitgevoerd op Snapchat. 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.

---

<sup>1</sup> [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 Snapchat 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.<sup>2</sup>

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 Snapchat 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 Snapchat 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

---

2 Invuldocument p. 8.

risico's, de zwaarte van de restrisico's, de doeltreffendheid van de digitale dienst en de bijdrage aan kinderwelzijn tegen elkaar af te wegen, kan bepaald worden welke impact de dienst heeft op de rechten en het welzijn van kinderen.<sup>3</sup> 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

---

- **DDV risicobeoordeling en controlerapporten:** Op 26 november 2024 zijn de onder de DDV verplichte risicobeoordelingen en onafhankelijke controlerapporten gepubliceerd.<sup>4</sup> Voor Snapchat zijn de risicobeoordeling en het controlerapport zijn respectievelijk [hier](#) en [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 Snapchat zelf ziet op het platform en de maatregelen die daar tegen 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.<sup>5</sup> 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 Snapchat 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. Snapchat 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 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.

---

<sup>3</sup> 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.

<sup>4</sup> [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](#)

<sup>5</sup> [Kinderrechten impact assessment \(invuldocument\) - Digitale Overheid.](#)

- **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 Snapchat. 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 aan 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 .....	23
4. Handelingsopties .....	57
5. Afweging .....	65
Bijlage 1: Hoor en wederhoor .....	73
1. Zienswijze Snap .....	73
2. Reactie Berenschot op zienswijze Snap .....	77
3. Reactie Ministerie Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties op zienswijze Snap .....	82

# Inleiding

Ontwikkelt u digitale diensten gericht op kinderen? Dan moet u rekening houden met de risico's die deze opleveren voor het kind welzijn. 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 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

Indien u vraag 1.2 met 'nee' beantwoord, 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

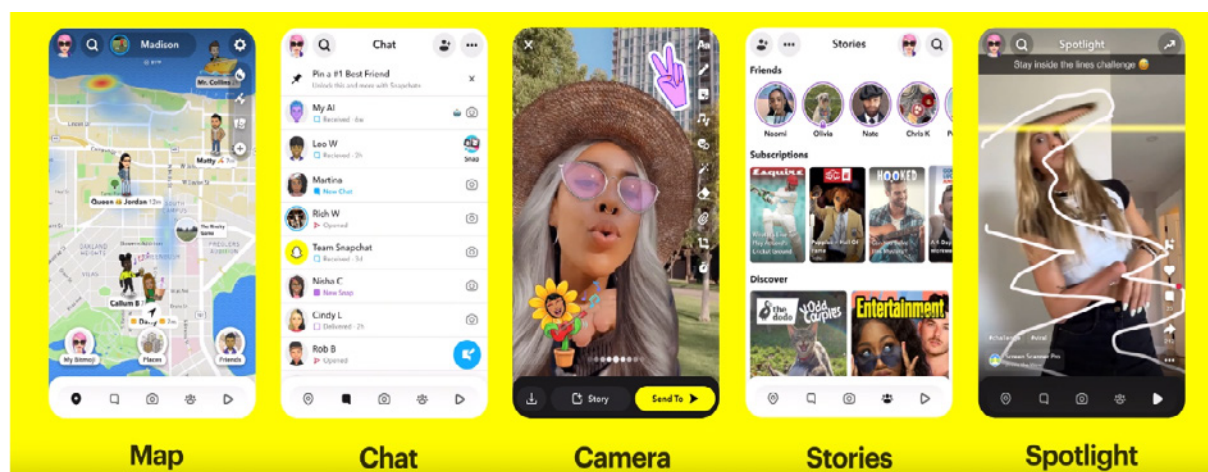
#### 2.1 Geef een beschrijving van de digitale dienst.

De onderstaande beschrijving van Snapchat als digitale dienst is gebaseerd op de informatie die Snapchat zelf op zijn webpagina's beschikbaar heeft gesteld.

##### Snapchat als digitale dienst

Snapchat omschrijft zichzelf als een berichtenservice die wordt gebruikt om te communiceren met vrienden en familie uit de eigen omgeving. Snap maakt hierbij zelf de vergelijking met andere (traditionele) vormen van communicatie, zoals het versturen van berichten en telefonie. De belangrijkste functionaliteiten van Snapchat zijn: Snap Map, chat, camera, stories en spotlight.<sup>6</sup> Hieronder lichten we deze functionaliteiten nader toe op basis van de beschrijving in het Snapchatjaarverslag van 2023.

Snapchat heeft de classificatie 12+ in de Apple App Store.<sup>7</sup> In de Google Play Store staat de applicatie vermeld als 'ouderlijke begeleiding aanbevolen'. Ouderlijk toezicht via deze appstores kan op basis van de toegekende classificatie de ouder controle geven over wat een kind wel of niet kan downloaden.<sup>8</sup>



Figuur 1 Screenshot YouTube-video Snapchat uitgelegd.<sup>9</sup>

6 Snap Inc. (2023). *Jaarverslag 2023* (p. 6). Opgehaald van: [SNAP-2023-Annual-Report-Final-Yellow-cover.pdf \(q4cdn.com\)](#).

7 Snapchat. (n.d.). *Chatten met vrienden* [App voor iOS]. Opgehaald van: [Snapchat: chatten met vrienden in de App Store](#).

8 Snapchat. (n.d.). *Apps op Google Play* [App voor Android]. Opgehaald van: [Snapchat - Apps op Google Play](#)

9 de Koning, M., & Sardjoe, P. (2024, september 23). Snapchat is populair onder jonge kinderen.

En onder de mensen die misbruik van hen willen maken. *NRC Handelsblad*. Opgehaald van

<https://www.nrc.nl/nieuws/2024/09/23/snapchat-is-eenvoudig-te-gebruiken-door-kinderen-en-misbruikers-a4866880>

**Snap Map.** Snap Map is volgens het jaarverslag 2023 een live en zeer gepersonaliseerde kaart waarmee Snapchatters in contact kunnen komen met vrienden en kunnen ontdekken wat er in hun omgeving gebeurt. Snap Map maakt het gemakkelijk om vrienden in de buurt te vinden die ervoor kiezen om hun locatie te delen, een heatmap te bekijken van recente Snaps die op locatie in 'Ons Verhaal' zijn geplaatst en om lokale bedrijven te lokaliseren. Plaatsen, uitgebreide profielen van lokale bedrijven met informatie zoals openingstijden en recensies, overlappen gespecialiseerde ervaringen van geselecteerde partners met Snap Map en stellen Snapchatters in staat om directe acties vanuit Snap Map te ondernemen, zoals het delen van een favoriete winkel, het bestellen van afhaalmaaltijden of het maken van een reservering.

**Chat (Visual Messaging).** Visual Messaging is volgens het jaarverslag van 2023 een snelle, leuke manier om met vrienden en familie te communiceren met behulp van augmented reality, video, spraak, berichten en creatieve tools. Snapchat biedt ook My AI, een AI-aangedreven chatbot die de community helpt creativiteit en verbinding met vrienden te bevorderen, aanbevelingen uit de echte wereld te ontvangen en meer te weten te komen over hun interesses en favoriete onderwerpen. Gebruikers kunnen ook communiceren via de gepersonaliseerde avatartool van Snapchat, Bitmoji genaamd, en de bijbehorende contextuele stickers en afbeeldingen die naadloos integreren in zowel mobiele apparaten als desktopbrowsers.

**Camera.** De camera is volgens het jaarverslag 2023 een krachtig hulpmiddel voor communicatie en het startpunt voor augmented reality-ervaringen in Snapchat. Snapchat opent rechtstreeks naar de camera, waardoor het gemakkelijk is om een Snap te maken en naar vrienden te sturen. Augmented reality-mogelijkheden (AR-mogelijkheden) binnen de camera bieden creativiteit en zelfexpressie. Snapchat biedt miljoenen lenzen aan, gemaakt door zowel Snapchat zelf als de community, samen met creatieve tools en gelicentieerde muziek- en audioclips, waarmee mensen hun Snaps gemakkelijk kunnen personaliseren en contextualiseren. Snapchat biedt ook spraak- en scanttechnologie binnen de camera. Hoewel Snaps standaard worden verwijderd om echte gesprekken na te bootsen, kunnen gebruikers hun creativiteit opslaan via een doorzoekbare verzameling herinneringen die zijn opgeslagen op zowel hun Snapchat-account als hun mobiele apparaat. Een gebruiker kan ook Snaps maken op wearables, zogenaamde Spectacles. Spectacles sluiten naadloos aan op Snapchat en maken foto's en video's vanuit een menselijk perspectief. De nieuwste versie van Spectacles, ontworpen voor makers, legt AR-lenzen rechtstreeks op de wereld.

**Stories.** Stories zijn volgens het jaarverslag 2023 een leuke manier om in contact te blijven met mensen om wie de gebruiker het meest geeft. Stories bevatten content van de vrienden van een Snapchatter, de community en contentpartners. Friends Stories stellen de community in staat om zich in verhalende vorm uit te drukken door middel van foto's en video's, die in chronologische volgorde aan hun vrienden worden getoond. Het Discover-gedeelte van dit tabblad toont gecensureerde inhoud op basis van de abonnementen en interesses van een Snapchatter, en bevat nieuws en entertainment van zowel de makerscommunity als uitgeverpartners. Snapchat biedt ook openbare profielen aan als mogelijkheid voor de community van makers en advertentiepartners om hun content en AR-lenzen op het platform te herkennen en te schalen.

**Spotlight.** Spotlight laat volgens het jaarverslag 2023 het beste van Snapchat zien en helpt mensen op een gepersonaliseerde manier nieuwe makers en inhoud te ontdekken. Hier worden de meest vermakelijke Snaps van de community allemaal op één plek naar voren gebracht, die in de loop van de tijd worden afgestemd op elke Snapchatter op basis van hun voorkeuren en favorieten. De Trending-pagina stelt Snapchatters in staat om populaire onderwerpen en genres te ontdekken en ermee om te gaan.<sup>10</sup>

## Partnerecosysteem

Veel elementen en functies van Snapchat worden verbeterd door het partnerecosysteem dat onder andere ontwikkelaars, makers, uitgevers en adverteerders omvat. Snapchat helpt hen bij het creëren en introduceren van diverse inhoud en ervaringen op Snapchat, het benutten van Snapchat-mogelijkheden in hun eigen applicaties en websites, en het gebruik van advertenties om deze en andere ervaringen te promoten bij de grote, betrokken en gedifferentieerde gebruikersgroep. Snapchat wil het partnerecosysteem belonen voor hun creativiteit en hen blijven ondersteunen bij het vergroten van hun publiek en het opbouwen van hun bedrijf op Snapchat.

Ontwikkelaars kunnen integreren met kerntechnologieën van Snapchat, zoals de AR Camera en Bitmoji, via verschillende tools. Creative Kit biedt naadloze deelervaringen, Camera Kit integreert AR in apps, en er zijn tools

10 Snap Inc. (2023). *Jaarverslag 2023* (p. 6). Opgehaald van: [SNAP-2023-Annual-Report-Final-Yellow-cover.pdf \(q4cdn.com\)](https://www.snap.com/press/2023-annual-report-final-yellow-cover.pdf).

voor het maken en analyseren van AR Lenses. Bitmoji voor Developers API's en SDK's bevorderen inclusieve identiteit en expressie.<sup>11</sup>

## Snapchat advertising

Snapchat heeft diverse adverteerproducten ontwikkeld voor het platform. Snapchat schrijft over deze producten dat ze gebouwd zijn op hetzelfde fundament als de consumentenproducten. In het jaarverslag (2023) maken ze onderscheid tussen AR ads, Snap ads, Campaign Management and Delivery, en Measuring Advertising Effectiveness. Deze producten zijn gericht op het naadloos integreren van advertenties binnen Snapchat, de advertenties weer te geven aan de juiste groepen van gebruikers, en instrumenten om de effectiviteit van advertenties te meten. Hierbij refereert Snapchat expliciet aan zijn eigen machine learning-algoritme. Zelf schrijven ze hier het volgende over: 'Additionally, our delivery framework continues to optimize relevance of ads across the entire platform by determining the best ad to show to any given user based on their real-time and historical attributes and activity. This decreases the number of wasted impressions while improving the effectiveness of the ads that are shown to our community. This helps advertisers increase their return on investment by providing more refined targeting, the ability to test and learn with different creatives or campaign attributes in real time, and the dynamics of our self-serve pricing.'<sup>12</sup>

De functionaliteiten van gebruikers van Snapchat kunnen worden onderverdeeld in twee hoofdcategorieën: berichtenuitwisseling en feeds, met daarnaast enkele aanvullende creatieve functies. Uit recente onderzoeken komt een beeld naar voren dat het zwaartepunt van het gebruik van Snapchat voornamelijk ligt bij berichtenuitwisseling tussen vrienden.<sup>13</sup> Qua feeds kunnen gebruikers Snaps toevoegen aan hun Story, die 24 uur zichtbaar is voor hun vrienden.

Tot slot zijn er voor (professionele) content creators verschillende tools en instrumenten gecreëerd om gebruikers zo goed mogelijk te bereiken.

## 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. De onderstaande beschrijving van de technologie is gebaseerd op de informatie die Snap zelf op zijn webpagina's beschikbaar heeft gesteld.

Snapchat is een applicatie die gebruikt kan worden op verschillende platformen, zoals iOS, Android en het web.<sup>14</sup> De dienst Snapchat maakt binnen de app gebruik van verschillende technologieën. Snapchat deelt de producten zelf op in drie categorieën.

**Productontwikkeling.** Snapchat ontwikkelt een breed scala aan producten die betrekking hebben op visuele berichten en het delen van verhalen (vrij vertaald van storytelling) en maakt daarvoor gebruik van verschillende technologieën.<sup>15</sup> De camera en microfoon worden gebruikt voor het versturen van berichten. Een belangrijk onderdeel bij het maken van beeldmateriaal is Augmented Reality (AR). Door middel van deze (geavanceerde) technologie kunnen gebruikers lenzen en filters gebruiken om gemaakte video's aan te passen.<sup>16, 17</sup> Daarnaast maakt Snapchat (na het verlenen van toestemming) gebruik van gps voor het vaststellen van de locatie.<sup>18</sup> De locatie wordt gebruikt voor de Snap Maps-functionaliteit. Generatieve AI wordt (experimenteel) ingezet in bijvoorbeeld My AI. Uit de documentatie over My AI komt naar voren dat hiervoor gebruikgemaakt wordt

11 Snap Inc. (2023). *Jaarverslag 2023* (p. 7). Opgehaald van: [SNAP-2023-Annual-Report-Final-Yellow-cover.pdf \(qqcdn.com\)](https://www.snap.com/2023-annual-report).

12 Snap Inc. (2023). *Jaarverslag 2023* (p. 7). Opgehaald van: [SNAP-2023-Annual-Report-Final-Yellow-cover.pdf \(qqcdn.com\)](https://www.snap.com/2023-annual-report).

13 Snap Inc. (2024). *New Independent Research 2024*. Opgehaald van: <https://newsroom.snap.com/new-independent-research-2024>. Geraadpleegd op 3 oktober 2024.

14 Snap Inc. (n.d.). *Zo maak je een Snapchat-account*. Opgehaald van: <https://help.snapchat.com/hc/nl/articles/7012333136788-Zo-maak-je-een-Snapchat-account>. Geraadpleegd op 3 oktober 2024.

15 Snap Inc. (2023). *Jaarverslag 2023* (p. 8). Opgehaald van: [SNAP-2023-Annual-Report-Final-Yellow-cover.pdf \(qqcdn.com\)](https://www.snap.com/2023-annual-report).

16 Snap Inc. (n.d.). *Hoe gebruik ik Lenzen op Snapchat*. Opgehaald van: <https://help.snapchat.com/hc/nl/articles/7012348332052-Hoe-gebruik-ik-Lenzen-op-Snapchat>. Geraadpleegd op 7 oktober 2024.

17 Snap Inc. (n.d.). *Een Filter aan een Snap toevoegen*. Opgehaald van: <https://help.snapchat.com/hc/nl/articles/7012341977620-Een-Filter-aan-een-Snap-toevoegen>. Geraadpleegd op 7 oktober 2024.

18 Snap Inc. (n.d.). *Hoe deel ik mijn locatie op de Snap Kaart*. Opgehaald van: <https://help.snapchat.com/hc/nl/articles/7012309470740-Hoe-deel-ik-mijn-locatie-op-de-Snap-Kaart>. Geraadpleegd op 7 oktober.

van de modellen van OpenAI.<sup>19</sup> Binnen Snapchat wordt ook een digitale valuta aangeboden. De gebruiker kan binnen Snapchat digitale Snap-munten kopen. Deze tokens kunnen worden ingewisseld voor cadeaus om naar makers te sturen of voor de aankoop van digitale goederen.<sup>20, 21</sup>

**Adverteerentechnologie.** Snapchat ontwikkelt continu advertentieproducten en technologie om adverteerders een sterk en schaalbaar rendement op investeringen te bieden. Hiervoor richten ze zich op het aanbieden van advertenties, het meten van de effectiviteit en het ontwikkelen van advertenties. Voorbeelden van dergelijke technologie zijn het ontwikkelen van een platform gericht op het beheren van advertenties en het leveren van advertenties aan gebruikers. Snapchat biedt eigen meetoplossingen (first-party) en ondersteunt de voorkeursmeetoplossingen van derden van zijn advertentiepartners om een breed scala aan analyses te kunnen bieden over campagne-eigenschappen zoals bereik, frequentie, demografie en zichtbaarheid, veranderingen in perceptie zoals merkvoorkeur of aankoopintentie, en stijgingen in daadwerkelijk gedrag zoals aankopen, winkelbezoek, app-installaties en online aankopen.<sup>22</sup>

**Grootschalige infrastructuur.** Snapchat investeert doorlopend in de onderliggende infrastructuur om hun diensten te kunnen leveren. Hiervoor wordt gebruik gemaakt van third-party-leveranciers.<sup>23</sup> Hoewel Snapchat niet specificeert wat onder deze investeringen wordt verstaan, lijkt het daarbij in ieder geval te gaan om investeringen in diensten die worden aangeboden op Google Cloud en Amazon Web Services (AWS).<sup>24</sup>

## Inzet algoritmen voor het personaliseren en rangschikken van inhoud

Snapchat geeft aan algoritmen in te zetten om de inhoud van de Discover en Spotlight pagina te personaliseren en te rangschikken. Er worden verschillende algoritmen gebruikt die met elkaar communiceren en steeds efficiënter worden naarmate een gebruiker de diensten van Snapchat vaker gebruikt. De pagina's worden zo afgestemd op de interesses van de gebruiker. Snapchat geeft aan echokamers te vermijden door een divers aanbod van inhoud te tonen naast de content die prioriteit krijgt op basis van interesses.<sup>25</sup> Dit Snapchat als volgt:

- Categoriseren van alle inhoud die naar de Discover en Spotlight pagina's worden verzonden. Zowel mensen als computer dragen hier volgens Snapchat aan bij. De inhoud wordt op basis van beelden en teksten gelabeld.
- Begrijpen of de gebruiker de inhoud leuk vindt. Dit houdt Snapchat bij door te registreren of een gebruiker zich abonneert op bepaalde snapchatters, content deelt met vrienden of door content als favoriet te markeren. Wanneer inhoud wordt overgeslagen of verborgen wordt slaat Snapchat deze informatie ook op als indicator dat de gebruiker dit niet leuk vindt. Andere indicatoren die door snapchat worden benoemd voor het bepalen van interesses zijn: het leuk vinden van content, de tijdsduur dat een gebruiker ergens naar kijkt of een filmpje uitkijkt.<sup>26</sup>
- Na het bepalen van interesses wordt de content door de algoritmen gerangschikt. Dit doet Snapchat op basis van de geïdentificeerde voorkeuren en het begrip van Snapchat van de inhoud. De algoritmen voorspellen welke acties de gebruiker zal ondernemen wanneer het bepaalde inhoud te zien krijgt. Snapchat doet dit op basis van de kijkgeschiedenis, recentelijk bekeken inhoud, de duur van het bekijken van de inhoud. Ook andere indicatoren worden ingezet: land, taal, leeftijd en geslacht. Deze indicatoren beïnvloeden de rangschikking iets minder.
- Al deze indicatoren worden gebruikt om een score toe te voegen aan elk filmpje. Op basis van de score wordt inhoud gerangschikt voor de gebruiker om te zien. Er worden volgens Snapchat een aantal aanpassingen gedaan aan de rangschikking om er voor te zorgen dat een gebruiker ook nieuwe interesses kan ontdekken en niet in 'echokamers' belanden.<sup>27</sup>

19 Snap Inc. (n.d.). *Veilig blijven met My AI*. Opgehaald van:

<https://help.snapchat.com/hc/nl/articles/13889139811860-Veilig-blijven-met-My-AI>. Geraadpleegd op 8 oktober 2014.

20 Snap Inc. (n.d.). *Wat zijn Snap munten*. Opgehaald van:

<https://help.snapchat.com/hc/nl/articles/7012287101844-Wat-zijn-Snap-munten>. Geraadpleegd op 19 november 2024.

21 Nota Bene: tijdens de onderzoeksperiode was het mogelijk om snap-munten te kopen op Snapchat. Deze functionaliteit is sinds februari 2025 niet meer beschikbaar. Bron: [Wat gebeurt er met Tokens? – Snapchat-ondersteuning](#). Geraadpleegd op 14 mei 2025

22 Snap Inc. (2023). *Jaarverslag 2023* (p. 8). Opgehaald van: [SNAP-2023-Annual-Report-Final-Yellow-cover.pdf \(qqcdn.com\)](#).

23 Snap Inc. (2023). *Jaarverslag 2023* (p. 8). Opgehaald van: [SNAP-2023-Annual-Report-Final-Yellow-cover.pdf \(qqcdn.com\)](#).

24 Snap Inc. (2023). *Jaarverslag 2023* (p. 16). Opgehaald van: [SNAP-2023-Annual-Report-Final-Yellow-cover.pdf \(qqcdn.com\)](#).

25 Snap Inc. (z.d.). Hoe we inhoud rangschikken op Discover. Geraadpleegd op 8 oktober 2024,

van <https://help.snapchat.com/hc/nl/articles/8961631424020-Hoe-we-inhoud-rangschikken-op-Discover>

26 Snap Inc. (z.d.). Hoe we inhoud rangschikken op Discover. 3. Inhouds- en gebruikersvoorkeuren begrijpen Geraadpleegd op

8 oktober 2024, van <https://help.snapchat.com/hc/nl/articles/8961631424020-Hoe-we-inhoud-rangschikken-op-Discover>

27 Snap Inc. (z.d.). Hoe we inhoud rangschikken op Discover. Inhoud gerangschikken, Geraadpleegd op 8 oktober 2024,

van <https://help.snapchat.com/hc/nl/articles/8961631424020-Hoe-we-inhoud-rangschikken-op-Discover>

## Geautomatiseerde moderatie

Snap maakt gebruik van geautomatiseerde tools om proactief schendingen van hun voorwaarden en beleid op openbare contentkanalen te identificeren en, indien nodig, te handhaven. Deze tools omvatten hashmatching-technologieën (zoals PhotoDNA en Google CSAI Match), Abusive Language Detection (die content detecteren en blokkeren op basis van een regelmatig bijgewerkte lijst van beledigende zoekwoorden en emoji's) en kunstmatige intelligentie/machine learning-technologie. De geautomatiseerde systemen van Snap zijn ontworpen om schendingen van de Communityrichtlijnen (waaronder het verbod op illegale content) en de Contentrichtlijnen en Advertentiebeleid op te sporen.<sup>28</sup>

## 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

Snap Inc. is een Amerikaans bedrijf dat werd opgericht in 2011. Het bedrijf heette oorspronkelijk Snapchat Inc., maar werd in 2016 hernoemd naar het huidige Snap Inc.

### 2. Regio

Snapchat is een wereldwijd beschikbare berichtendienst. De regio waar de dienst zich op richt bestaat in ieder geval uit Nederlandse gebruikers binnen Nederland. Dit blijkt onder meer uit het aanbieden van de dienst in de Nederlandse taal.<sup>29</sup> Op de ondersteuningspagina's bij Snapchat for Business wordt ook expliciet aangegeven dat advertenties aangeboden kunnen worden in een land en taal naar keuze. Nederland en de Nederlandse taal zijn hier ook onderdeel van.<sup>30</sup>

### 3. Aantal gebruikers

Snapchat heeft wereldwijd gemiddeld 432 miljoen dagelijkse actieve gebruikers.<sup>31</sup> Een dagelijks actieve gebruiker definiëren ze als een geregistreerde Snapchat-gebruiker die de Snapchat-applicatie ten minste één keer per 24 uur opent. Daarnaast heeft Snapchat 850 miljoen maandelijks actieve gebruikers. In het meest recente transparantieverslag van Snap, gepubliceerd op 25 oktober 2024, wordt gerapporteerd dat het aantal actieve gebruikers in Nederland circa 6 miljoen was.<sup>32</sup>

## 2.4 Wie is de doelgroep?

Snapchat is beschikbaar voor iedereen die 13 jaar of ouder is.<sup>33</sup> Aldus Snapchat bereikt de dienst 90% van de 13-24-jarige bevolking en 75% van de 13-34-jarige bevolking in 25+ landen.<sup>34</sup>

<sup>28</sup> Snap Inc. (2024). **Transparantie in de Europese Unie**. Geraadpleegd op 8 oktober 2024, van <https://values.snap.com/privacy/transparency/european-union>

<sup>29</sup> Snap Inc. (n.d.). *Snapchat Nederland*. Opgehaald van: <https://www.snapchat.com/nl-NL>. Geraadpleegd op 17 oktober.

<sup>30</sup> Snap Inc. (n.d.). *Audience & Location Targeting*. Opgehaald van: [How Location Targeting Works](#). Geraadpleegd op 17 oktober.

<sup>31</sup> Snap Inc. (n.d.). *Investor Relations*. Opgehaald van: [Snap Inc. - Investor Relations](#). Geraadpleegd op 17 oktober 2024.

<sup>32</sup> Snap Inc. (n.d.). *Privacy en transparantie - Europese Unie*. Opgehaald van: <https://values.snap.com/privacy/transparency/european-union?lang=nl-NL>. Geraadpleegd op 29 oktober 2024.

<sup>33</sup> Snap Inc. (n.d.). *Community guidelines*. Opgehaald van: <https://values.snap.com/privacy/transparency/community-guidelines>. Geraadpleegd op 29 oktober 2024.

<sup>34</sup> Snap Inc. (n.d.). *Reach Gen Z and Millennials with Snapchat Ads*. Opgehaald van: [https://forbusiness.snapchat.com/?utm\\_source=global\\_nav&utm\\_medium=referral&utm\\_content=global\\_nav\\_item&utm\\_campaign=universal\\_navigation](https://forbusiness.snapchat.com/?utm_source=global_nav&utm_medium=referral&utm_content=global_nav_item&utm_campaign=universal_navigation). Geraadpleegd op 29 oktober 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?

Snap Inc. is een beursgenoteerd bedrijf met een winstooi-merk, geregistreerd in Delaware, Verenigde Staten. Snap Group Limited, geregistreerd in het Verenigd Koninkrijk, is een volledige indirecte dochteronderneming van Snap Inc. Snap B.V. is door Snap Group Limited aangewezen als de vertegenwoordiger van de aanbieder (Snap Group Limited) in de Europese Unie.<sup>35</sup> Uit het jaarverslag van Snap Inc. blijkt dat Snap hoofdzakelijk inkomsten verkrijgt uit advertenties. Uit het jaarverslag van Snap valt onder meer af te leiden dat het aantal actieve gebruikers van Snapchat en het aantal actieve adverteerders via Snapchat belangrijke factoren zijn voor de winstgevendheid van Snapchat.<sup>36</sup>

Snapchat beschrijft het doel van de dienst als volgt: ‘Snapchat is een communicatieservice die is ontworpen voor personen van 13 jaar en ouder. Het is erg populair bij tieners en jonge volwassenen, die het voornamelijk gebruiken om te praten met hun goede vrienden, vergelijkbaar met de manieren waarop ze in het echte leven met elkaar omgaan.’<sup>37</sup> Daarnaast geeft Snapchat aan een bijdrage te leveren aan menselijke vooruitgang door mensen de mogelijkheid te geven om zich uit te drukken, in het moment te leven, over de wereld te leren en plezier met elkaar te maken.<sup>38</sup>

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

Op basis van de meest recente kwartaalcijfers (Q3 2024) kan Snapchat worden gezien als een doeltreffend middel voor het bereiken van doelgroepen. Dit wordt ondersteund door een groei van 15% in inkomsten naar \$ 1,373 miljard, een toename van 9% in dagelijks actieve gebruikers (DAU) naar 443 miljoen, en een verbetering van 229% in Adjusted EBITDA naar \$ 132 miljoen. Ook laten specifieke metingen zien dat het platform effectief is in het betrekken van gebruikers. Voorbeelden hiervan zijn een stijging van 25% in tijd besteed aan het bekijken van content en het bereiken van meer dan 500 miljoen maandelijks actieve gebruikers op Spotlight. Daarnaast toont de verdubbeling van het aantal Snapchat+-abonnees naar 12 miljoen en de verdubbeling van het totaal aantal actieve adverteerders aan dat zowel consumenten als bedrijven het platform in toenemende mate als waardevol beschouwen voor hun doeleinden.<sup>39</sup> De CEO van Snap, Evan Spiegel, insinueerde eerder ook al dat het de overige doelstellingen behaalde door het volgende te verklaren: ‘2023 was a pivotal year for Snap, as we transformed our advertising business and continued to expand our global community, reaching 414 million daily active users. Snapchat enhances relationships with friends, family, and the world, and this unique value proposition has provided a strong foundation to build our business for long-term growth.’<sup>40</sup>

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

De digitale dienst Snapchat kan als succesvol worden beschouwd wanneer er consistente groei wordt aangetoond over verschillende meetperiodes, waarbij zowel kortetermijnmetingen (kwartaal-op-kwartaal) als langetermijnmetingen (jaar-op-jaar) worden gehanteerd. Specifiek kijkt Snapchat naar twee hoofdcategorieën van metingen: gebruikersvariabelen (zoals de groei in dagelijks actieve gebruikers (DAU) en omzet per gebruiker (ARPU)) en financiële resultaten (zoals inkomstengroei en EBITDA-verbetering).

35 Snap Inc. (2024). **Transparantie in de Europese Unie**. Geraadpleegd op 17 oktober 2024, van <https://values.snap.com/privacy/transparency/european-union>

36 Snap Inc. (2023). *Jaarverslag 2023* (p. 11-13). Opgehaald van: [SNAP-2023-Annual-Report-Final-Yellow-cover.pdf \(qqcdn.com\)](https://investor.snap.com/news/news-details/2023/Snap-Inc.-Announces-Third-Quarter-2023-Financial-Results/default.aspx).

37 Snap Inc. (n.d.). *Snapchat Safety Overview*. Opgehaald van: <https://parents.snapchat.com/snapchat-safety-overview?lang=nl-NL>. Geraadpleegd op 29 oktober 2024.

38 Snap Inc. (n.d.). *Investor Relations*. Opgehaald van: [Snap Inc. - Investor Relations](https://investor.snap.com/news/news-details/2024/Snap-Inc.-Announces-Third-Quarter-2024-Financial-Results/default.aspx). Geraadpleegd op 17 oktober 2024.

39 Snap Inc. (2024). *Snap Inc. Announces Third Quarter 2024 Financial Results*. Opgehaald van: <https://investor.snap.com/news/news-details/2024/Snap-Inc.-Announces-Third-Quarter-2024-Financial-Results/default.aspx>. Geraadpleegd op 20 november 2024.

40 Snap Inc. (2024). *Snap Inc. Announces Fourth Quarter and Full Year 2023 Financial Results*. Opgehaald van: <https://investor.snap.com/news/news-details/2024/Snap-Inc.-Announces-Fourth-Quarter-and-Full-Year-2023-Financial-Results/default.aspx>. Geraadpleegd op 28 oktober 2024.

Op basis van de huidige rapportages wordt dit succes gemeten door kwartaalresultaten te vergelijken met zowel het voorgaande kwartaal als hetzelfde kwartaal een jaar eerder, wat een gebalanceerd beeld geeft van zowel directe groei als seizoensgebonden trends. Hierbij wordt een positieve trend over minimaal vier opeenvolgende kwartalen gezien als indicator van duurzaam succes, terwijl jaar-op-jaarvergelijkingen worden gebruikt om de langetermijngezondheid van het platform te beoordelen.<sup>41</sup>

## Beschrijving 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 8 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 hun 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 Snapchat.

#### Inzichten vanuit experts en de wetenschap

Binnen de omvang en tijdsperiode 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.<sup>42</sup> 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.

#### Specifiek voor Snapchat

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

Snap geeft aan dat AR het mogelijk maakt voor mensen om zichzelf te laten zien en uit te drukken, met tools die nodig zijn om hun unieke persoonlijkheid, hun voorkeuren en perspectief te laten zien.<sup>43</sup> Entertainment Lenses zijn vormen van AR die gebruikt kunnen worden voor kunst, film, muziek en cultuur. De AR van Snap kan hierdoor essentiële componenten bieden bij live-events, musea en culturele ervaringen. Daarnaast kunnen de lenzen worden ingezet voor educatieve doeleinden. Volgens Snap hebben de educatieve lenzen het potentieel

---

41 Snap Inc. (2023). *Jaarverslag 2023* (p. 55). Opgehaald van: [SNAP-2023-Annual-Report-Final-Yellow-cover.pdf \(q4cdn.com\)](https://www.snap.com/2023-annual-report).

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

43 Snap Inc. (n.d.). *The Latest From Snap AR*. Opgehaald van: [Build and Share Augmented Reality for Snapchat | Snap AR](https://www.snap.com/build-and-share-augmented-reality-for-snapchat). Geraadpleegd op 17 oktober 2024.



om een nieuwe generatie van *learners* te inspireren. Snap biedt een aantal programma's en partnerschappen aan die de gebruiker helpen leren, innoveren en groeien, terwijl ze hun augmented reality business bouwen.

## 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 Snapchat.

### 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.<sup>44</sup> 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.<sup>45</sup>

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.<sup>46</sup>

### Specifiek voor Snapchat

In het beantwoorden van deze vraag gaan we in op de mogelijkheden die Snapchat biedt voor kinderen om een gevoel van autonomie en controle te ontwikkelen over hun gebruik van het platform. Kinderen kunnen op verschillende niveaus controle uitoefenen over de dienst en de wijze waarop ze deze gebruiken.

Inhoud:

- Gebruikers kunnen direct op berichten reageren door negatieve of positieve feedback te geven, bijvoorbeeld door het gebruik van duimpjes. Tegelijkertijd kan het omgekeerde, verlies van controle door de plaatsers van het bericht waarop wordt gereageerd, ook plaatsvinden.
- Daarnaast biedt Snap de mogelijkheid tot het rapporteren van content, het maken van een melding en het rapporteren van een account.
- Snap biedt de mogelijkheid tot het verbergen van Snaps in het 'Verkennen'-overzicht. Soortgelijke Snaps worden dan in de toekomst niet meer of minder getoond.<sup>47</sup>

44 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](https://www.oecd-ilibrary.org/education/what-does-child-empowerment-mean-today_8f80ce38-en)

45 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>

46 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>

47 Snap Inc. (n.d.). *Safety reporting*. Opgehaald van: <https://values.snap.com/safety/safety-reporting>. Geraadpleegd op 17 oktober 2024.

Vrienden en contacten:

- Gebruikers kunnen andere gebruikers blokkeren<sup>48</sup> of verwijderen<sup>49</sup> als ze zich onveilig of ongemakkelijk voelen, of als het contact ongewenst is.
- Snapchat is gericht op communiceren met vrienden en familie. Gebruikers bepalen zelf met wie ze contact maken en naar wie ze berichten versturen en van wie ze berichten kunnen ontvangen.
- Het delen van locaties op de Snap Map is standaard uitgeschakeld voor iedereen. Als een tiener deze functie inschakelt, mag deze alleen worden gebruikt met personen met wie ze een connectie hebben.<sup>50</sup>

Platform:

Op het niveau van het platform kunnen gebruikers diverse keuzes maken over de gegevens die ze willen delen, bijvoorbeeld rondom het delen van hun locatie, het verkrijgen van advertenties over bepaalde onderwerpen of het verwijderen van gegevens. Door de komst van de DDV zijn gepersonaliseerde advertenties niet langer beschikbaar voor minderjarige gebruikers binnen de EER, ongeacht de instellingen die ze hebben ingesteld.<sup>51</sup> Ook het delen van locaties op de Snap Map is standaard uitgeschakeld. Dit kan wel door (minderjarige) gebruikers ingeschakeld worden.<sup>52</sup>

## 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 Snapchat.

### 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.<sup>53</sup> 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.

### Specifiek voor Snapchat

Snapchat stimuleert op diverse wijzen de nieuwsgierigheid en creativiteit van kinderen. Ten aanzien van het maken van content biedt de dienst diverse mogelijkheden aan om inhoud te creëren in allerlei verschillende uitingsvormen. Belangrijke onderdelen hierbij vormen de beschikbaarheid van filters<sup>54</sup>, lenzen<sup>55</sup>, stickers<sup>56</sup>, tekst etc. Er is een nieuwe GenAI Suite geïntroduceerd die het maken van augmented reality-effecten vereenvoudigt

48 Snap Inc. (n.d.). *Een vriend blokkeren op Snapchat*. Opgehaald van: <https://help.snapchat.com/hc/nl/articles/7012401093396-Een-vriend-blokkeren-op-Snapchat>. Geraadpleegd op 17 oktober 2024.

49 Snap Inc. (n.d.). *Een vriend verwijderen op Snapchat*. Opgehaald van: <https://help.snapchat.com/hc/nl/articles/7012410297364-Een-vriend-verwijderen-op-Snapchat>. Geraadpleegd op 17 oktober 2024.

50 Snap Inc. (n.d.). *Ouderlijk toezicht*. Opgehaald van: <https://parents.snapchat.com/parental-controls?lang=nl-NL>. Geraadpleegd op 21 november 2024.

51 Snap Inc. (2023, augustus 23). *Nieuwe functies en transparantiemaatregelen voor Snapchatters in de Europese Unie om te voldoen aan de Digital Services Act*. Opgehaald van: [Nieuwe functies en transparantiemaatregelen voor Snapchatters in de Europese Unie om te voldoen aan de Digital Services Act](https://www.snap.com/en-gb/parents/updates/new-features-and-transparency-measures-for-snapchatters-in-the-eu-to-comply-with-the-digital-services-act). Geraadpleegd op 21 november 2024.

52 Snap Inc. (n.d.). *Ouderlijk toezicht*. Opgehaald van: <https://parents.snapchat.com/parental-controls?lang=nl-NL>. Geraadpleegd op 21 november 2024.

53 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

54 Snap Inc. (n.d.). *Een Filter aan een Snap toevoegen*. Opgehaald van: <https://help.snapchat.com/hc/nl/articles/7012341977620-Een-Filter-aan-een-Snap-toevoegen>. Geraadpleegd op 7 oktober 2024.

55 Snap Inc. (n.d.). *Hoe gebruik ik Lenzen op Snapchat*. Opgehaald van: <https://help.snapchat.com/hc/nl/articles/701234832052-Hoe-gebruik-ik-Lenzen-op-Snapchat>. Geraadpleegd op 7 oktober 2024.

56 Snap Inc. (n.d.). *Persoonlijke Stickers maken op Snapchat*. Opgehaald van: <https://help.snapchat.com/hc/nl/articles/7012344402708-Persoonlijke-Stickers-maken-op-Snapchat>. Geraadpleegd op 17 oktober 2024.

door AI-gestuurde tools en assets, waarbij geen codeerkennis nodig is. Snap geeft aan dat deze Suite de creativiteit bevordert.<sup>57</sup>

Daarnaast biedt Snapchat verschillende functionaliteiten die mogelijk de creativiteit positief kunnen beïnvloeden. Voorbeelden hiervan zijn de Snaps die worden gedeeld door contacten van de gebruikers, maar ook inhoud die beschikbaar wordt gesteld via Spotlight.

## 2.11 Hoe draagt de digitale dienst bij aan hoe 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 Snapchat.

### 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.<sup>58</sup> 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.<sup>59</sup>

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

### Specifiek voor Snapchat

Zoals hierboven beschreven raken kinderen bekend met het uitvoeren van taken en het oplossen van problemen doordat ze zelfstandig moeten navigeren op Snapchat. De content op het platform – zoals binnen de functionaliteit ‘Discover’ – kan bijdragen aan het vergroten van vaardigheden en competenties. De gebruikers kunnen de content ook zelf plaatsen via Snaps en Stories en deze vaardigheid kunnen kinderen dan ook leren. Op de functionaliteiten Camera, Stories, Discover, Spotlight, Chat, Snap Map en Memories leren kinderen om informatie te beoordelen en om te gaan met gepersonaliseerde content. Ook de zoekfunctie en de Lens Explorer kunnen hieraan bijdragen. Snap Map kan daarin bijvoorbeeld ook helpen bij het ontdekken van de eigen buurt.

## 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 Snapchat.

57 Snap Inc. (n.d.). *The Latest From Snap AR*. Opgehaald van: [Build and Share Augmented Reality for Snapchat | Snap AR](#). Geraadpleegd op 17 oktober 2024.

58 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

59 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

## 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.<sup>60</sup>

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.<sup>61</sup> 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.<sup>62</sup>

## Specifiek voor Snapchat

Snapchat kan bijdragen aan het bieden van escapisme. Tieners gebruiken Snapchat voornamelijk om te praten met hun goede vrienden, vergelijkbaar met de manieren waarop ze in de fysieke wereld met elkaar omgaan.<sup>63</sup> Zo kunnen kinderen ontstressen en vervolgens weer contact maken met leeftijdsgenoten en de wereld. Ook kunnen de ‘funny face’-filters zorgen voor positieve afleiding. Ook biedt het delen van video’s en foto’s entertainment, waardoor kinderen even aan de realiteit kunnen ontsnappen.

## 2.13 Op wat voor een manier faciliteert de digitale dienst het maken van veilige connecties met leeftijdsgenoten, familie of andere belangrijke mensen in hun 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 Snapchat.

## 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.<sup>64</sup> 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.<sup>65</sup> Social media draagt bij aan het ontvangen van emotionele en cognitieve steun door sociale interacties en het overbruggen van fysieke afstand met connecties.<sup>66</sup>

60 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>

61 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

62 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>

63 Snap Inc. (n.d.). *Snapchat Safety Overview*. Opgehaald van: <https://parents.snapchat.com/snapchat-safety-overview?lang=nl-NL>. Geraadpleegd op 21 oktober 2024.

64 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>

65 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>

66 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>

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.<sup>67</sup> Daarnaast kunnen mensen via social media steun of herkenbaarheid vinden in gebruikers die dezelfde *struggles* hebben. 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.<sup>68,69</sup> Valkenburg, et al.<sup>70</sup> 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.<sup>71</sup>

## Specifiek voor Snapchat

Snapchat draagt bij aan het vergroten van de sociale verbondenheid door connecties met vrienden en familie te faciliteren. De missie van Snap beschrijft dat de app de meest gemakkelijke en snelle manier biedt om communicatie over de volledige range van menselijke emoties met vrienden mogelijk te maken.<sup>72</sup> De camerafunctie biedt volgens Snap de mogelijkheid om echte vriendschap te ondersteunen via visuele communicatie, zelfexpressie en storytelling.

Snapchat biedt extra beschermingsmaatregelen voor tieners om de focus te houden op contact houden met goede vrienden, het voorkomen van ongewenst contact van vreemden en het bieden van een inhoudservaring die past bij hun leeftijd.

- Communicatie die de realiteit weerspiegelt.<sup>73</sup> Omdat berichten standaard worden verwijderd, weerspiegelt Snapchat hoe gebruikers normaal gesproken met vrienden communiceren, of dit nu in het echt is of aan de telefoon.
- Snapchat staat niet toe dat tieners een-op-een communiceren met een ander persoon, tenzij ze vrienden zijn op Snapchat of een bestaand contact zijn op hun telefoon.<sup>74</sup>
- In-app-waarschuwingen.<sup>75</sup> Tieners krijgen een pop-upwaarschuwing als zij een bericht ontvangen van iemand die niet hun contacten voorkomt of waar ze geen gemeenschappelijke vrienden mee hebben. De boodschap informeert tieners over de potentiële risico's, zodat ze de afweging kunnen maken of ze het contact willen toestaan. Ook krijgen tieners een waarschuwing als zij een bericht ontvangen van iemand die geblokkeerd is geweest, gerapporteerd is door anderen of afkomstig is uit een regio waar het netwerk van de tiener zich normaliter niet bevindt.

Friending protection.<sup>76</sup> Tieners worden niet voorgesteld in de functionaliteiten 'quick add' en 'search', tenzij ze meerdere gemeenschappelijke connecties hebben met de andere persoon. Als een gebruiker geassocieerd wordt met scammingactiviteiten worden berichten of vriendschapsverzoeken met tieners geweigerd.

67 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>

68 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

69 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/

70 Valkenburg, P. D., van der Wal, D. A., & Beyens, D. I. (2023, december). SCHERMGELUK 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

71 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/

72 Snap Inc. (n.d.). *About Snap*. Opgehaald van: <https://investor.snap.com/about-snap/default.aspx>. Geraadpleegd op 21 oktober 2024

73 Snap Inc. (n.d.). *Veiligheid op Snap*. Opgehaald van: [Veiligheids- en Privacyhub | Snapchat](https://values.snap.com/privacy/veiligheid). Geraadpleegd op 21 oktober 2024.

74 Snap Inc. (n.d.). *Safeguards for Teens*. Opgehaald van: <https://parents.snapchat.com/safeguards-for-teens?lang=nl-NL>. Geraadpleegd op 21 oktober 2024.

75 Snap Inc. (2024, Oktober 4). *Our Work to Help Keep Snapchatters Safe*. Opgehaald van: <https://values.snap.com/news/keeping-snapchatters-safe>. Geraadpleegd op 21 oktober 2024.

76 Snap Inc. (2024, Juni 25). *New features to help protect our community*. Opgehaald van: <https://values.snap.com/news/new-features-to-help-protect-our-community?lang=en-US>. Geraadpleegd op 21 oktober 2024.

- Blokkeermogelijkheden<sup>77</sup>. Er zijn mogelijkheden voor gebruikers om anderen te blokkeren. Als een geblokkeerde gebruiker op hetzelfde apparaat een nieuw account aanmaakt, wordt het nieuwe account ook geblokkeerd.
- Tieners krijgen regelmatig herinneringen om hun privacy-instellingen en accountbeveiliging te controleren.<sup>78</sup>
- Snapchat Family Center.<sup>79</sup> Het Family Center helpt ouders meer inzicht te krijgen in met wie hun tieners bevriend zijn op Snapchat en met wie ze hebben gecommuniceerd. Het is ontworpen om te weerspiegelen hoe ouders met hun tieners omgaan in de echte wereld, waar ouders meestal weten met wie hun tieners bevriend zijn en wanneer ze samen zijn, maar zonder privégesprekken af te luisteren.
- Hoewel gesprekken op Snapchat standaard worden verwijderd, bewaart Snap de gegevens voor het beoordelen van gerapporteerde incidenten door tieners of ouders.<sup>80</sup> In sommige gevallen kan dit inhouden dat een incident wordt doorverwezen naar wetshandhavers. In het geval dat autoriteiten hier een vervolg aan willen geven, bewaart Snap deze gegevens nog voor een langere periode.

## 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 Snapchat.

### 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.<sup>81</sup>

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 ondersteuningsnetwerken.<sup>82</sup> 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.<sup>83</sup>

Met de opkomst van social media hebben miljarden gebruikers zich op socialmediaplatforms verenigd.<sup>84</sup> Het vinden van gelijkgestemden is daardoor een stuk gemakkelijker geworden dan op het versnipperde

77 Snap Inc. (2024, Juni 25). *New features to help protect our community*. Opgehaald van: <https://values.snap.com/news/new-features-to-help-protect-our-community?lang=en-US>. Geraadpleegd op 21 oktober 2024.

78 Snap Inc. (n.d.). *Safeguards for Teens*. Opgehaald van: <https://parents.snapchat.com/safeguards-for-teens?lang=nl-NL>. Geraadpleegd op 21 oktober 2024.

79 Snap Inc. (n.d.). *Wat is Family Center?*. Opgehaald van: <https://help.snapchat.com/hc/nl/articles/7121384944788-Wat-is-Family-Center>. Geraadpleegd op 21 oktober 2024.

80 Snap Inc. (n.d.). *Safeguards for Teens*. Opgehaald van: <https://parents.snapchat.com/safeguards-for-teens?lang=nl-NL>. Geraadpleegd op 21 oktober 2024.

81 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>

82 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/>

83 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).

84 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>



internet van voor social media.<sup>85</sup> 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.<sup>86</sup>

## Specifiek voor Snapchat

Snap geeft aan een public commitment richting diversiteit, gelijkheid en inclusie te hebben.<sup>87</sup> Snap beschrijft dat wanneer de wereld gezien kan worden vanuit het perspectief van andere mensen, duidelijk wordt waarom diversiteit, gelijkheid en inclusie zo essentieel is. Dat inspireert Snap om actie te ondernemen en te investeren in betekenisvolle verandering. Voor 2025 heeft Snap een aantal doelen geformuleerd op dit vlak, zoals het vergroten van onder gerepresenteerde *US racial* en *ethnic groups* met 20%.<sup>88</sup> Daarnaast levert Snap een jaarlijks diversiteitsrapport op. In het rapport van 2024 staat beschreven dat diversiteit, gelijkheid en inclusie hoog in het vaandel staat bij de organisatie omdat gebruikers eisen dat producten aansluiten bij hun diversiteit in behoeften en dat de organisatie de wens heeft om nieuwe en diverse markten te bereiken. Focus op diversiteit, gelijkheid en inclusie is volgens Snap noodzakelijk voor langetermijngroei.<sup>89</sup> In hoeverre deze resultaten ook daadwerkelijk behaald zijn kunnen we niet uit de informatie van Snapchat herleiden.

Ook rondom het gebruik van de dienst heeft Snapchat acties ondernomen om een toegankelijke, diverse en inclusieve gebruikerservaring te realiseren. Snapchat heeft community-richtlijnen opgesteld waar alle gebruikers zich aan moeten houden.<sup>90</sup> De richtlijnen zijn opgesteld zodat iedereen zich zo vrij mogelijk kan uitdrukken, maar dat de diensten van Snap veilig blijven.

Daarnaast heeft Snapchat een aantal functies geïntroduceerd om de toegankelijkheid van de dienst te versterken, namelijk:

- De optie tot het toevoegen van bijschriften en ondertitels.
- Het toevoegen van bijschriften en ondertitels aan Videosnaps
- Het aanpassen van de tekstgrootte.<sup>91</sup>

We hebben geen informatie gevonden waaruit blijkt of, en in hoeverre, deze functionaliteiten bijdragen aan de ervaringen van kinderen.

85 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>

86 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>

87 Snap Inc. (n.d.). *Diversity*. Opgehaald van: [https://diversity.snap.com/?utm\\_source=snap\\_com&utm\\_medium=global\\_header&utm\\_campaign=universal\\_navigation](https://diversity.snap.com/?utm_source=snap_com&utm_medium=global_header&utm_campaign=universal_navigation). Geraadpleegd op 22 oktober 2024.

88 Snap Inc. (n.d.). *Diversity*. Opgehaald van: [https://diversity.snap.com/?utm\\_source=snap\\_com&utm\\_medium=global\\_header&utm\\_campaign=universal\\_navigation](https://diversity.snap.com/?utm_source=snap_com&utm_medium=global_header&utm_campaign=universal_navigation). Geraadpleegd op 22 oktober 2024.

89 Snap Inc. (2024). *Diversity Annual Report 2024*. Opgehaald van: <https://diversity.snap.com/diversity-data>.

90 Snap Inc. (n.d.). *Community Guidelines*. Opgehaald van: <https://values.snap.com/policy/policy-community-guidelines>. Geraadpleegd op 22 oktober 2024.

91 Snap Inc. (n.d.). *Hoe schakel ik bijschriften of ondertitels in bij content in Verkennen?*. Opgehaald van: <https://help.snapchat.com/hc/nl/articles/14175482323220-Hoe-schakel-ik-bijschriften-of-ondertitels-in-bij-content-in-Verkennen>. Geraadpleegd op 22 oktober 2024.



# 3. Risico's

Digitale diensten kunnen voor kinderen gepaard gaan met risico's. De mogelijk negatieve impact van digitale diensten op de rechten en welzijn van kinderen komt 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 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 Snapchat. 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.<sup>92</sup> Op social media komen bijvoorbeeld zelfs video's van onthoofdingen voorbij, aldus wetenschapper Jon Stratton.<sup>93</sup> 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.<sup>94</sup> NICAM stelt hierover – in het Kijkwijzeronderzoek voor Instagram en TikTok – dat dit een zeer zorgelijke en ongewenste ontwikkeling is, die bovendien kinderen schade berokkent.<sup>95</sup>

92 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>

93 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>

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

95 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.<sup>96</sup> 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.<sup>97</sup>

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.<sup>98</sup> 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.<sup>99</sup> 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.<sup>100</sup> 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.<sup>101</sup> In aanraking komen met content over zelfbeschadiging of zelfdoding kan zelfs besmettelijk zijn, dit is het zogeheten Werther-effect.<sup>102, 103</sup>

### 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.<sup>104</sup> 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.<sup>105</sup> 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.<sup>106</sup> 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

96 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

97 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

98 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

99 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

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

101 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.

102 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>

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

104 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.

105 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/>

106 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.<sup>107</sup>

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 Snapchat

Het transparantieverlag van 1 januari 2024 tot 30 juni 2024 van Snapchat laat zien dat schadelijke content een belangrijk en relevant probleem is op het platform. Tienduizenden berichten zijn dan ook verwijderd.<sup>108</sup> Een voorbeeld is de berichten met betrekking tot terrorisme en gewelddadig extremisme. Hiervan is 21.945 keer content bestraft. Snapchat neemt maatregelen tegen schadelijke content door deze te verwijderen. Het is echter onbekend hoeveel minderjarigen de content hebben gezien voordat deze verwijderd is en hoeveel schadelijke content er niet verwijderd wordt. De betreffende content kan mogelijk schadelijke gevolgen hebben.

Het ontvangen en zien van schadelijke content is ook specifiek bij Snapchat een belangrijk risico. Recente nieuwsberichten laten zien dat gebruikers allerlei schadelijke beelden kunnen zien die betrekking hebben op het conflict in het Midden-Oosten, bijvoorbeeld door het delen van beeldmateriaal van explosies.<sup>109, 110</sup> Ook het transparantieverlag van 1 januari 2024 tot 30 juni 2024 van Snapchat bevestigt dit beeld.<sup>111</sup> Er is 13.046 keer content verwijderd aangaande “threats & violence”.

Een ander voorbeeld van de mogelijke schadelijke impact van content op Snapchat komt naar voren uit een wetenschappelijk onderzoek over de impact van filters op Snapchat.<sup>112</sup> De studie benadrukt hoe deze filters kunnen leiden tot gemengde reacties, variërend van tevredenheid en creativiteit tot schuldgevoelens, onzekerheid en zelfs lichaamsdysmorphie. De studie bespreekt ook de bredere culturele implicaties, waarbij wordt opgemerkt hoe Snapchat, dat aanvankelijk werd gezien als een platform voor authentieke zelfexpressie, is veranderd in een instrument dat uitsluitende schoonheidsidealen in stand houdt.

## 1. 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.<sup>113</sup> 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.<sup>114</sup>

107 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.

108 Snap Inc. (2024, oktober 25). *Privacy and Transparency: European Union*.

Opgehaald van: <https://values.snap.com/privacy/transparency/european-union>.

109 Sung, M. (2023, November 3). *People are turning to Snap Map for firsthand perspectives from Gaza*. TechCrunch. Opgehaald van: <https://techcrunch.com/2023/11/03/snapchat-snap-map-israel-hamas-war-gaza-palestine/>. Geraadpleegd op 20 november 2024.

110 Bennett, J. (2023, October 18). *A New Report Documents How Easily Children Can Access Graphic Images of the War*. The New York Times.

Opgehaald van: <https://www.nytimes.com/2023/10/18/business/media/children-israel-war-tiktok-instagram.html>. Geraadpleegd op 20 november 2024.

111 Snap Inc. (2024, oktober 25). *Privacy and Transparency: European Union*.

Opgehaald van: <https://values.snap.com/privacy/transparency/european-union>.

112 Barker, J. (2020). Making-up on mobile: The pretty filters and ugly implications of Snapchat. *Fashion Style & Popular Culture*, 7(2), 207–221.

[https://doi.org/10.1386/fspc\\_00015\\_1](https://doi.org/10.1386/fspc_00015_1).

113 Rijksoverheid. (z.d.). Desinformatie, misinformatie en nepnieuws. *Rijksoverheid*.

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

114 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.<sup>115</sup> Is dit niet de gedachte die achter de informatie zit, dan wordt er gesproken over misinformatie.<sup>116</sup> Mis- en desinformatie zijn niet altijd een zwart-witconcept, maar kunnen voor individuele interpretatie vatbaar zijn.<sup>117</sup>

### Nepnieuws

Nepnieuws is een vorm van desinformatie.<sup>118</sup> Van Dale definieert nepnieuws als nieuws dat niet op waarheid berust, vaak bewust verspreid om de publieke opinie te beïnvloeden.<sup>119</sup> Nepnieuws (of *fake news*) is desinformatie verhuuld als echt nieuws, verspreid via websites, social media en traditionele media.<sup>120</sup>

### De rol van social media

Social media is tegenwoordig een krachtige bron voor de verspreiding van nepnieuws.<sup>121</sup> Social media zorgt ervoor dat informatie makkelijker in realtime verspreid wordt.<sup>122</sup> Daarnaast zorgt de populariteit van social media ervoor dat de snelheid en omvang vergroot wordt, waarmee valse informatie kan worden verspreid.<sup>123</sup>

Ook kinderen kunnen het doelwit en object zijn van mis- en desinformatie, maar ook ze kunnen ook zelf verspreiders, makers of tegenstanders hiervan zijn.<sup>124</sup> In de Nationale SDG Rapportage benoemd de Nationale Jeugdraad (NJR) dat ruim 43% van de jongeren via social media nieuws tot zich neemt.<sup>125</sup> 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.<sup>126</sup> Dit is een stijging van 50% ten opzichte van de voorgaande twee jaar.<sup>127</sup>

Kinderen hebben niet altijd de cognitieve en emotionele capaciteit om onderscheid te maken tussen betrouwbare en onbetrouwbare informatie.<sup>128</sup> Hierdoor kunnen ze niet alleen zelf schade ondervinden van misinformatie of desinformatie, maar kunnen ze deze ook doorgeven aan andere gebruikers.<sup>129</sup>

Panteia, vhp en Bureau Jeugd & Media<sup>130</sup> 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

115 Nationaal Coördinator Terrorismebestrijding en Veiligheid (NCTV). (z.d.). Desinformatie. NCTV.

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

116 Nationaal Coördinator Terrorismebestrijding en Veiligheid (NCTV). (z.d.). Desinformatie. NCTV.

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

117 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.

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

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

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

121 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.

122 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.

123 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.

124 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.

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

126 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.

127 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.

128 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.

129 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.

130 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.<sup>131</sup>

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.<sup>132</sup>

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.<sup>133</sup> 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.<sup>134</sup>

## Misinformatie, desinformatie en nepviews op Snapchat

Het risico op misinformatie, desinformatie en nepnieuws is bij Snapchat actueel en relevant. Snapchat is op grond van de DDV verplicht om periodiek over deze onderwerpen te rapporteren. In de rapportages die Snapchat hierover deelt, hanteren ze zelf andere begrippen.<sup>135</sup> Snapchat hanteert de categorie 'Gevaarlijke valse of misleidende informatie.' Hieronder valt valse informatie, imitatie en spam. In het transparantieverlag van 1 januari 2024 tot 30 juni 2024 van Snapchat komt naar voren dat er 106 content met valse informatie is verwijderd en 77.261 keer content met spam. Imitatie staat niet genoemd in het transparantieverlag van 1 januari 2024 tot 30 juni 2024 van Snapchat.<sup>136</sup> Snapchat neemt maatregelen tegen 'gevaarlijke, valse of misleidende informatie' door deze te verwijderen. Het is echter onbekend hoeveel minderjarigen de content hebben gezien voordat deze verwijderd is en hoeveel schadelijke content er niet verwijderd wordt. De betreffende content kan mogelijk schadelijke gevolgen hebben.

Daarnaast zien we ook risico's ten aanzien van recentelijk geïntroduceerde functionaliteiten als MyAI. Via deze functie hebben gebruikers toegang tot het generatieve taalmodel van OpenAI (ChatGPT). Een algemeen bekend risico van het gebruik van deze taalmodellen is dat informatie onjuist kan zijn.<sup>137</sup> Bovendien is het voor gebruikers onbekend op basis van welke bronnen een bepaald antwoord is geformuleerd. Doordat (de gratis variant) van MyAI bovendien gebruik lijkt te maken van een verouderde versie van ChatGPT is dit risico des te groter.<sup>138, 139</sup>

## 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 Snapchat gebruiken, zonder dat er risicobeperkende maatregelen zijn genomen. Huidige maatregelen die reeds door Snapchat getroffen zijn, nemen we in onze

131 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/>

132 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.

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

134 TK 61-3 Debat dalende vaccinatiegraad 4 april 2024

135 Snap Inc. (n.d.). *Privacy en Transparantie: Woordenlijst*. Opgehaald van:

<https://values.snap.com/privacy/transparency/glossary?lang=nl-NL>. Geraadpleegd op 20 november 2024.

136 Snap Inc. (2024, oktober 25). *Privacy and Transparency: European Union*.

Opgehaald van: <https://values.snap.com/privacy/transparency/european-union>.

137 Shah, S. B., Thapa, S., Acharya, A., Rauniyar, K., Poudel, S., Jain, S., Masood, A., & Naseem, U. (2024).

*Navigating the Web of Disinformation and Misinformation: Large Language Models as Double-Edged Swords*. IEEE Access, 1. <https://doi.org/10.1109/access.2024.3406644>.

138 Snap Inc. (n.d.). *Wat is My AI op Snapchat en hoe gebruik ik het?*. Opgehaald van: <https://help.snapchat.com/hc/nl/articles/13266788358932-Wat-is-My-AI-op-Snapchat-en-hoe-gebruik-ik-het>. Geraadpleegd op 20 november 2024.

139 Metha, M. (2023, February 8). *AI chatbots and disinformation*. The New York Times. Opgehaald van: <https://www.nytimes.com/2023/02/08/technology/ai-chatbots-disinformation.html>.

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 is er aangetoond – op basis van de DDV-rapportage – dat er schadelijke content en misinformatie, desinformatie en nepnieuws op Snapchat te vinden is. 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 Snapchat. Om die reden kunnen wij geen taxatie maken van de kans.

## **Impact**

De potentiële blootstelling aan verschillende soorten content op Snapchat, van gewelddadig materiaal tot 'perfecte' lifestylecontent, kan leiden tot een reeks negatieve effecten. Deze negatieve effecten zijn onder andere: negatieve sociale vergelijking (die leidt tot jaloezie, angst en FOMO) tot meer ernstige gevolgen zoals de normalisatie van zelfbeschadiging en zelfdoding (het Werther-effect). Deze effecten kunnen ook het gevolg zijn van de beelden die op Snapchat worden gedeeld of de filters die gebruikers op het platform kunnen gebruiken.

Daarnaast zijn kinderen extra kwetsbaar in relatie tot misinformatie, desinformatie en nepnieuws omdat ze nog niet de cognitieve en emotionele capaciteit hebben om betrouwbare van onbetrouwbare informatie te onderscheiden. Ook MyAI van Snapchat kan misinformatie, desinformatie en nepnieuws genereren.

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 eendoordeel geven over de risico-inschatting.

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

## **3.2 Gedagsrisico'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 Snapchat. Binnen de reikwijdte van dit onderzoek kon niet de volledige breedte van gedagsrisico'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.**

## Gedragsrisico'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)<sup>140</sup> 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:<sup>141</sup>

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.<sup>142</sup>

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.<sup>143</sup>

### Kidfluencers op Snapchat

Kinderen kunnen content van kidfluencers te zien krijgen via de functionaliteiten Stories (en het verkennen-gedeelte van stories) en Spotlight. In de stories zien ze enkel content van kidfluencers die zij zelf volgen, in het verkennen-gedeelte van de stories en spotlight kunnen ze ook content te zien krijgen van kidfluencers die zij niet volgen.

Er is veel (wetenschappelijk) onderzoek gedaan naar kidfluencers op Instagram, TikTok en Youtube, maar weinig onderzoek rondom kidfluencers dat zich specifiek richt op Snapchat. Dat kan te maken hebben met de volgende constatering. Uit onderzoek van Van der Wal, Valkenburg en Van Driel (2024) blijkt dat er sprake is

<sup>140</sup> Panteia. (2024). *Kidfluencers, gezinsvloggers en mom- en dadfluencers*. Zoetermeer: Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid. Opgeroepen op oktober 11, 2024

<sup>141</sup> Panteia. (2024). *Kidfluencers, gezinsvloggers en mom- en dadfluencers*. Zoetermeer: Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid. Opgeroepen op oktober 11, 2024

<sup>142</sup> Panteia. (2024). *Kidfluencers, gezinsvloggers en mom- en dadfluencers*. Zoetermeer: Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid. Opgeroepen op oktober 11, 2024

<sup>143</sup> Panteia. (2024). *Kidfluencers, gezinsvloggers en mom- en dadfluencers*. Zoetermeer: Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid. Opgeroepen op oktober 11, 2024



van grote homogeniteit in hoe jongeren specifieke platformen gebruiken.<sup>144</sup> Zo wordt Snapchat voornamelijk gebruikt om met vrienden te communiceren. Waar WhatsApp voorheen voornamelijk gebruikt werd voor onderlinge communicatie, is Snapchat nu een belangrijk platform voor jongeren voor sociale interactie.<sup>145</sup>

Ondanks dat Snapchat meerdere functionaliteiten kent, lijkt het platform toch voornamelijk gebruikt te worden als communicatiekanaal met vrienden. Daardoor lijkt content van kidfluencers, hoewel zeker aanwezig, in mindere mate naar voren te komen in het gebruik van Snapchat. Tegelijkertijd blijkt uit onderzoek ook dat content van het ene platform uitgewisseld wordt met vrienden via een ander platform.<sup>146</sup> Zo kan content van kidfluencers geplaatst op andere platformen als TikTok, Youtube en Instagram toch via Snapchat gedeeld worden.

## 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.<sup>147</sup> 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.<sup>148</sup> 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.<sup>149</sup> Volgens Astorri et al<sup>150</sup> 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.<sup>151</sup>

## Challenges op Snapchat

Op Snapchat kunnen challenges op meerdere functionaliteiten voorbijkomen. Onder meer in de functionaliteit Stories, waar jongeren hun deelname aan specifieke challenges kunnen posten. In het verkennen-gedeelte van Stories en in Spotlight kunnen ook challenges worden gedeeld. Daarnaast had Snapchat in 2021 een campagne die ‘Snapchat Challenges’ werd genoemd. Onderdeel van deze campagne was dat mensen geld konden verdienen door mee te doen aan challenges. Deze campagne is in 2024 echter geëindigd.<sup>152</sup> Overigens hoeft dit niet te betekenen dat challenges niet meer plaatsvinden.

Er is weinig (wetenschappelijk) onderzoek specifiek gericht op challenges op Snapchat. Er is echter wel veel onderzoek gedaan naar challenges op social media, waar ook Snapchat onderdeel van is. De inzichten (zoals

144 Van Der Wal, A., Valkenburg, P. M., & Van Driel, I. I. (2024). In Their Own Words: How Adolescents Use Social Media and How It Affects Them. *Social Media + Society*, 10(2). <https://doi.org/10.1177/20563051241248591>.

145 Van Der Wal, A., Valkenburg, P. M., & Van Driel, I. I. (2024). In Their Own Words: How Adolescents Use Social Media and How It Affects Them. *Social Media + Society*, 10(2). <https://doi.org/10.1177/20563051241248591>. P. 5.

146 Van Der Wal, A., Valkenburg, P. M., & Van Driel, I. I. (2024). In Their Own Words: How Adolescents Use Social Media and How It Affects Them. *Social Media + Society*, 10(2). <https://doi.org/10.1177/20563051241248591>. P. 5.

147 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/>

148 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>

149 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: 10.23736/52724-5276.22.06892-6. Epub 2022 Aug 1. PMID: 35912791.

150 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: 10.23736/52724-5276.22.06892-6. Epub 2022 Aug 1. PMID: 35912791.

151 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>

152 Snap Inc. (2021, oktober 6). *Spotlight Challenges*. Opgehaald van: <https://newsroom.snap.com/spotlight-challenges>.

bovenstaand beschreven) zijn ons inziens daarmee ook relevant voor Snapchat. In nieuwsartikelen wordt veel verwezen naar challenges op Snapchat of challenges die oorspronkelijk van een ander platform afkomstig zijn maar gedeeld worden via Snapchat.<sup>153, 154, 155, 156</sup>

## 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 Snapchat gebruiken, zonder dat er risicobeperkende maatregelen zijn genomen. Huidige maatregelen die reeds door Snapchat 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 gesteld zijn er geen specifieke onderzoeken gedaan naar de hoeveelheid kidfluencers of challenges die op Snapchat voorkomen. Desalniettemin is aangetoond dat kidfluencers op Snapchat actief zijn en komen challenges op Snapchat voor. 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 Snapchat. Om die reden kunnen wij geen taxatie maken van de kans.

## Impact

Gedragsrisico's - zoals kidfluencers en challenges - op Snapchat kunnen potentieel schadelijke gevolgen hebben voor het welzijn van jonge gebruikers. Via Snapchat's functies zoals Spotlight, Stories en directe berichten kunnen challenges zich snel verspreiden onder gebruikers, waarbij jongeren vaak niet in staat zijn om de risico's van deelname aan deze challenges vooraf goed in te schatten.

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
------	--------	--------------------

153 Smith, J. (2022, October 8). *Police warn drivers about dangerous 100mph Snapchat challenge*. Daily Mail. Opgehaald van: <https://www.dailymail.co.uk/news/article-11299201/Police-warn-drivers-dangerous-100mph-Snapchat-challenge.html>.

154 De Jong, I. (2023, October 18). *Sociale media maken jongeren massaal onzeker en ongelukkig*. De Volkskrant. Opgehaald van: <https://www.volkskrant.nl/wetenschap/sociale-media-maken-jongeren-massaal-onzeker-en-ongelukkig~bbbc5bac/>.

155 Kramer, E. (2022, September 15). *Waarschuwing voor de silhouette challenge op TikTok: Je toont soms meer dan je zelf wil*. Algemeen Dagblad. Opgehaald van: [https://www.ad.nl/tech/waarschuwing-voor-de-silhouette-challenge-op-tiktok-je-toont-soms-meer-dan-je-zelf-wil~ac2da422/?cb=7682f361-6849-4d30-9a0b-cbb88913f884&auth\\_rd=1](https://www.ad.nl/tech/waarschuwing-voor-de-silhouette-challenge-op-tiktok-je-toont-soms-meer-dan-je-zelf-wil~ac2da422/?cb=7682f361-6849-4d30-9a0b-cbb88913f884&auth_rd=1).

156 Jansen, M. (2024, januari 27). *Sociale media vormen gevaar voor mentaal welzijn, aldus 6 miljoen Nederlanders*. NRC. Opgehaald van: <https://www.nrc.nl/nieuws/2024/01/27/sociale-media-vormen-gevaar-voor-mentaal-welzijn-aldus-6-miljoen-nederlanders-a4188328>.

## 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 Snapchat. 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.<sup>157</sup> Giumetti & Kowalski<sup>158</sup> 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.<sup>159</sup>
- **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.<sup>160</sup>
- **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).<sup>161</sup> 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.<sup>162</sup>

Naast de drie kenmerken zijn er nog twee aspecten die cyberpesten versterken volgens Van Tuijl en Spithoven.<sup>163</sup> 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 &

157 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>

158 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>

159 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>

160 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>

161 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>

162 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>

163 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>

Kowalski.<sup>164</sup> 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.<sup>165</sup>

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.<sup>166</sup>

### 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.<sup>167</sup>

De kans dat de dader en het slachtoffer ook betrokken zijn bij offline pesten is groot.<sup>168</sup> 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.<sup>169</sup>

De lhbtqia+-community is vaak slachtoffer van online pesten, onder andere door heteroseksuele daders.<sup>170</sup> 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.<sup>171</sup>

### Cyberpesten op Snapchat

Cyberpesten is een relevant en actueel probleem op Snapchat. Volgens de statistieken van Security.org hebben kinderen 69% kans om slachtoffer te worden van cyberpesten op Snapchat.<sup>172</sup>

Vaterlaus et al. (2016) zagen dat Snapchat plaats bood aan cyberpesten, onder andere omdat de afbeeldingen die worden verzonden, getimed zijn en vervolgens verdwijnen.<sup>173</sup> Deelnemers van het onderzoek van Vaterlaus et al. gaven aan dat sommige jongvolwassenen snapchats van mensen maken – zonder toestemming – en vervolgens Snapchat gebruiken om de afbeelding te verspreiden en mensen met hun vrienden belachelijk te maken.<sup>174</sup>

164 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 <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101314>

165 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>

166 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/>

167 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>

168 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>

169 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>

170 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 <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101314>

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

172 Security.org. (2024, oktober 9). *Cyberbullying Facts & Statistics*. Opgehaald van: <https://www.security.org/resources/cyberbullying-facts-statistics/>. Geraadpleegd op 19 november 2024.

173 Vaterlaus, J. M., Barnett, K., Roche, C., & Young, J. A. (2016). “Snapchat is more personal”: An exploratory study on Snapchat behaviors and young adult interpersonal relationships. *Computers in Human Behavior*, 62, 594–601. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.04.029>. P. 598.

174 Vaterlaus, J. M., Barnett, K., Roche, C., & Young, J. A. (2016). “Snapchat is more personal”: An exploratory study on Snapchat behaviors and young adult interpersonal relationships. *Computers in Human Behavior*, 62, 594–601. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.04.029>. P. 598.

Scholen zien ook een nieuwe vorm van pesten, namelijk cyberpesten. Eén van de platformen genoemd in de nieuwsartikelen over cyberpesten is Snapchat.<sup>175, 176</sup> Het Dongemond college stelt zelfs maatregelen in en weert onder andere Snapchat van het schoolnetwerk.<sup>177</sup> Ze weren de apps in verband met toenemend pestgedrag onder scholieren.

Ook in het DDV-transparantieverlag wordt cyberpesten benoemd. In het DDV-transparantierapport van 1 januari 2024 tot 30 juni 2024, beschrijft Snapchat dat er 1.207.952 meldingen over ‘Harassment and Bullying’ zijn ontvangen.<sup>178</sup> Bij deze meldingen is in 121.662 gevallen de content verwijderd, 412.452 keer het account gewaarschuwd, en bij 20.130 van de gevallen zijn er unieke accounts geblokkeerd.<sup>179</sup>

Een mogelijke verklaring dat Snapchat een populair platform is voor cyberpesten kan voortkomen uit het feit dat verschillende functionaliteiten van Snapchat aansluiten bij functies die het voor ouders vergemakkelijken om te pesten. Een van de belangrijkste en meest onderscheidende kenmerken van Snapchat is dat berichten automatisch verwijderd worden. Snapchats die verdwijnen worden ook als oorzaak genoemd in het onderzoek van Vaterlaus et al. (2016).<sup>180</sup> Wanneer kinderen Snapchats ontvangen kunnen ze deze berichten in de regel slechts één keer openen. Hierdoor is het op Snapchat lastiger om leerkrachten, ouders of andere volwassenen te laten zien welk pestgedrag de ouders vertonen. Snapchat is daarnaast een platform waarop het mogelijk is om een nepaccount aan te maken. Gebruikers kunnen met alleen een e-mailadres een nieuw (anoniem) profiel aanmaken. Met een nepaccount kunnen gebruikers zich vervolgens richten op slachtoffers.

## 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.<sup>181</sup>

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 met bijvoorbeeld iemand met wie ze verking hebben.<sup>182</sup> 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.<sup>183</sup>

175 Van Amerongen & Marije de Nijs, J. (2024, 26 oktober). Pesten en porno in klassenapp: onrust op basisscholen ondanks smartphoneverbod. *RTL Nieuws & Entertainment*. <https://www.rtl.nl/nieuws/artikel/5476790/snapchat-whatsapp-opvoeding-basisschool-kinderen-digitaal#:~:text=Porno%2C%20pesten%20en%20geweldadige%20video%27s,hel%20onderzoek%20van%20RTL%20Nieuws>.

176 RTV Utrecht. (2023, 3 november). Scholen worstelen met online roddelen en pesten: ‘Kinderen moeten inzien dat het geen spelletje is’. *RTV Utrecht*. <https://www.rtvutrecht.nl/nieuws/3639839/scholen-worstelen-met-online-roddelen-en-pesten-kinderen-moeten-inzien-dat-het-geen-spelletje-is>.

177 AD. (2023, december 02). *Dongemond College blokkeert TikTok en Snapchat op schoolnetwerk: ‘Pestgedrag niet faciliteren’*. Opgehaald van: <https://www.ad.nl/geertruidenberg/dongemond-college-blokkeert-tiktok-en-snapchat-op-schoolnetwerk-pestgedrag-niet-faciliteren~a322df017/>.

178 Snap Inc. (2024, oktober 25). *Privacy and Transparency: European Union*. Opgehaald van: <https://values.snap.com/privacy/transparency/european-union>. Geraadpleegd op 27 oktober 2024.

179 Snap Inc. (2024, oktober 25). *Privacy and Transparency: European Union*. Opgehaald van: <https://values.snap.com/privacy/transparency/european-union>. Geraadpleegd op 27 oktober 2024.

180 Vaterlaus, J. M., Barnett, K., Roche, C., & Young, J. A. (2016). “Snapchat is more personal”: An exploratory study on Snapchat behaviors and young adult interpersonal relationships. *Computers in Human Behavior*, 62, 594–601. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.04.029>. P. 598.

181 [Wet Seksuele Misdriften](#)

182 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

183 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



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 seksuexploitatie (met als doel geldelijke voordelen te behalen).<sup>184</sup> 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'.<sup>185</sup> 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.<sup>186, 187</sup>

Het onderzoek van Pedersen et al. (2022)<sup>188</sup> 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.<sup>189</sup> 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).<sup>190</sup> Sextortion komt steeds vaker voor. Kinderen worden dan afgeperst door de dreiging van het verspreiden van naaktfoto's of seksvideo's.<sup>191, 192</sup>

### 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.<sup>193</sup>

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.<sup>194, 195</sup> 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

184 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

185 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/>

186 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>

187 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/>

188 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

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

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

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

192 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>

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

194 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>

195 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/>



gebruikte platform is voor online grooming op basis van politiecijfers uit het Verenigd Koninkrijk over online grooming-zaken.<sup>196</sup> Ook apps zoals Instagram worden gebruikt.<sup>197</sup>

## Seksuele uitbuiting op Snapchat

Snapchat onderscheidt zich van andere socialmediaplatformen doordat het meer gebruikt wordt als een platform waar gebruikers een-op-eengesprekken met elkaar voeren.<sup>198</sup> Snapchat omschrijft zichzelf ook als een dergelijk platform.<sup>199</sup> Deze communicatievorm maakt het voor kwaadwillenden eenvoudiger om rechtstreeks contact te leggen met potentiële slachtoffers.

Volgens het NRC is Snapchat om verschillende redenen populair bij misbruikers. Ten eerste, er zijn veel kinderen actief op het platform.<sup>200</sup> Ten tweede, legt Harry Hol (werkzaam bij Bureau Jeugd en Media) in het artikel van NRC uit: “Via Snapchat heb je bovendien meteen toegang tot vrienden van vrienden. [...] Kwaadwillenden sturen honderden uitnodigingen en als ze er maar eentje geaccepteerd krijgen, hebben ze meteen toegang tot veel meer kinderen.” Ten derde, is het relatief eenvoudig om anoniem te blijven op het platform, aangezien gebruikers alleen een e-mailadres nog hebben om een nieuw profiel aan te maken. Hiervoor is geen telefoonnummer vereist.<sup>201</sup> Daarnaast meldt het artikel dat kinderen zich veiliger zouden kunnen wanen op Snapchat, omdat beelden daar in principe snel verdwijnen. Maar er zijn trucs om dat te voorkomen, zoals screenshots maken of filmen met een ander apparaat. Seksuele uitbuiting wordt ook genoemd in de DDV-rapportage van Snapchat. In de DDV-rapportage van 1 januari 2024 tot 30 juni 2024, staat vermeld dat er meer dan 267.000 meldingen gedaan van child sexual exploitation.<sup>202</sup> Van deze meldingen is bij 114.000 de content verwijderd en zijn er 56.000 accounts verwijderd.<sup>203</sup>

Er zijn verschillende voorbeelden bekend waarin seksuele uitbuiting op Snapchat heeft geleid tot strafrechtelijke zaken tegen de daders.<sup>204</sup> Zo hebben er in Nederland meerdere rechtszaken plaatsgevonden over online misbruik waarbij Snapchat als middel werd gebruikt om slachtoffers te contacteren. In 2023 werd een man uit Zuid-Holland veroordeeld tot vier jaar celstraf voor het online misbruik van 20 minderjarige meisjes. Deze man had een nepaccount op Snapchat waar hij zich voordeed als tienerjongen en zette de meisjes onder druk om naaktfoto's en pornografische video's te sturen.<sup>205</sup> Eenzelfde rechtszaak heeft zich aangediend in Noord-Holland, waarbij een man van 18 jaar Snapchats accounts had gehackt door middel van phishing. Wederom werden de slachtoffers gedwongen om naaktmateriaal of geld te sturen in ruil voor teruggave van hun snapchat account.<sup>206</sup>

## 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.

196 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/cze3pj171oko>

197 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>

198 Van Der Wal, A., Valkenburg, P. M., & Van Driel, I. I. (2024). In Their Own Words: How Adolescents Use Social Media and How It Affects Them. *Social Media + Society*, 10(2). <https://doi.org/10.1177/20563051241248591>. P. 5.

199 Snap Inc. (n.d.). *Snapchat Safety Overview*. Opgehaald van: <https://parents.snapchat.com/snapchat-safety-overview?lang=nl-NL>. Geraadpleegd op 27 oktober 2024.

200 NRC. (2024, september 24). *Snapchat is populair onder jonge kinderen. En onder de mensen die misbruik van hen willen maken.*

Opgehaald van: [Snapchat is populair onder jonge kinderen. En onder de mensen die misbruik van hen willen maken - NRC.](#)

201 Snap Inc. (n.d.). *Zo maak je een Snapchat-account*. Opgehaald van: [Zo maak je een Snapchat-account – Snapchat-ondersteuning.](#) Geraadpleegd op 27 oktober 2024.

202 Snap Inc. (2024, oktober 25). *Privacy and Transparency: European Union*. Opgehaald van:

<https://values.snap.com/privacy/transparency/european-union>. Geraadpleegd op 27 oktober 2024.

203 Snap Inc. (2024, oktober 25). *Privacy and Transparency: European Union*. Opgehaald van:

<https://values.snap.com/privacy/transparency/european-union>. Geraadpleegd op 27 oktober 2024.

204 Een zoekopdracht op Snapchat en ontucht leidt tot 123 resultaten.

Voorbeelden van concrete zaken zijn ECLI:NL:GHDHA:2022:214 en ECLI:NL:RBOBR:2023:5904.

205 RTL. (2023, augustus 23). *Drie jaar cel voor grootschalig misbruik van meisjes via Snapchat.*

Opgehaald van: [Drie jaar cel voor grootschalig misbruik van meisjes via Snapchat.](#)

206 Rechtbank Noord-Holland. (2023, 29 juni). *Man veroordeeld voor poging tot sextortion via gehackte Snapchat-accounts.*

Opgehaald van: <https://www.rechtspraak.nl/Organisatie-en-contact/Organisatie/Rechtbanken/Rechtbank-Noord-Holland/Nieuws/Paginas/Man-veroordeeld-voor-poging-tot-sextortion-via-gehackte-Snapchat-accounts.aspx>.

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 Snapchat gebruiken, zonder dat er risicobeperkende maatregelen zijn genomen. Huidige maatregelen die reeds door Snapchat 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

Op basis van de cijfers uit het DDV transparantieverslag van Snapchat, komt cyberpesten voor op Snapchat. Dit zijn echter geen specifieke aantallen die iets zeggen over kinderen. Daardoor 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 seksuele uitbuiting of cyberpesten op Snapchat. Om die reden kunnen wij geen taxatie maken van de kans.

## Impact

De impact van cyberpesten is ernstig: slachtoffers van cyberpesten worden regelmatig zelf daders wanneer ze wraak nemen, wat leidt tot een negatieve spiraal van pestgedrag. Bij seksuele uitbuiting, waaronder 'sexting-dwang' en de ongewenste verspreiding van expliciet materiaal, is er vaak sprake van langdurige psychologische schade. Vooral kwetsbare groepen, zoals lhbtqia+-jongeren en kinderen met een beperking, lopen een verhoogd risico.

De situatie wordt verergerd door platform specifieke kenmerken zoals automatisch verdwijnende berichten en de mogelijkheid tot anonimiteit, waardoor het voor slachtoffers moeilijk is om bewijsmateriaal te verzamelen en hulp te zoeken bij ouders of leerkrachten.

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
------	--------	--------------------

### 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 Snapchat. 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 consumentenrisico’s: contractrisico’s, oneerlijke handelspraktijken en de onrechtmatige verwerking van persoonsgegevens.<sup>207</sup>

### 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.<sup>208</sup>

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.<sup>209</sup> Op basis van artikel 26 van de Digitaaldienstenverordening, 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.<sup>210</sup> 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 geïntegreerd met niet-commerciële content, zoals in advergames.<sup>211</sup> 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 gezinsaankopen. Daarnaast zijn kinderen niet alleen vanaf jonge leeftijd merksensitief, maar blijven ze vaak trouw aan merken die ze als kind waardeerden.<sup>212</sup>

207 handleiding KIA, toelichting vraag 3.4

208 OECD. (2021, January). Children in the Digital Environment: Revised Typology of Risks. OECD Publishing. Available at: <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/9b8f2222-en.pdf>

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

210 UNICEF. (z.d.). Kinderrechten in de digitale wereld. UNICEF.

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

211 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](https://www.acm.nl/sites/default/files/documents/vijf-uitgangspunten-voor-reclame-gericht-op-kinderen_o.pdf)

212 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](https://www.acm.nl/sites/default/files/documents/vijf-uitgangspunten-voor-reclame-gericht-op-kinderen_o.pdf)

## Reclame op Snapchat

Op Snapchat kunnen risico's rondom reclame zich op verschillende manier voordoen. Enerzijds door het aanbod van rechtstreekse advertenties door Business Partners van Snapchat, anderzijds doordat influencers (sluik)reclame maken voor producten van derden of zichzelf via hun eigen profiel. Hieronder werken wij dit verder uit.

### Snapchat Advertising

Door middel van Snapchat Advertising kunnen bedrijven producten en diensten aanbieden aan eindgebruikers binnen Snapchat. Om de juiste advertenties (zie voorbeelden Figuur 2 Screenshot advertenties (bron: Website Snapchat)) aan de juiste doelgroep te tonen wordt onder meer gebruikgemaakt van geavanceerde machine learning-algoritmen. Snapchat beschrijft zelf in zijn jaarverslag dat adverteerders door middel van Snapchat Ads advertenties op dezelfde wijze kunnen delen als gebruikers met hun content doen.<sup>213</sup> Bij de paragraaf 'geavanceerde technologie' gaan we verder in op de wijze waarop deze advertenties technisch worden ondersteund.

### Influencers

Advertenties kunnen daarnaast ook gedeeld worden door influencers die op Snapchat actief zijn. 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. Op Snapchat worden gebruikers blootgesteld en betrokken bij content die nicotine- en tabaksgebruik promoot.<sup>214</sup> Dit onderzoek betrof blootstelling bij adolescenten en jongvolwassenen. Deze blootstelling werd onder andere gedaan door influencers.

Op Snapchat kunnen de accounts van influencers aangemerkt worden als Snap Stars.<sup>215</sup>

**Snapchat Ads captivate and ignite action**

**Javy Coffee**  
Real coffee, loved by real people.  
I think I've just found the best DIY Coffee Hack ever and I won't gatekeep it!  
Javy Coffee  
Real coffee, loved by real people.  
www.javycoffee.com

**YoungLA**  
Real. Kids Deep to Live! Shop Now  
YoungLA  
Real. Kids Deep to Live!  
Shop Now  
www.youngla.com

**Talkspace**  
Real Therapy for NYC Teens  
The New York City Department of Health is offering NYC Teen Space  
Talkspace  
Real Therapy for NYC Teens  
www.talkspace.com

**Drive interest**  
Snapchat Ads are fullscreen and immersive, encouraging viewers to learn more.

**Drive sales**  
Snapchat Ads are built to perform. Precise targeting makes it easy for your ideal customer to find you.

**Drive sign-ups**  
Snapchatters are excited to discover businesses that they connect with, making Snapchat a top pick for quality leads.

Figuur 2 Screenshot advertenties (bron: Website Snapchat)

## 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.<sup>216</sup> Met het veranderen van de verdienmodellen wijzigde ook het ontwerp van

213 Snap Inc. (2023). *Jaarverslag 2023* (p. 7-8). Opgehaald van: [SNAP-2023-Annual-Report-Final-Yellow-cover.pdf \(q4cdn.com\)](https://www.snap.com/annual-report-2023).

214 Erin A. Vogel, Lynsie R. Ranker, Paul T Harrell, Joy L. Hart, Grace Kong, Scott McIntosh, Helen I. Meissner, Jenny E. Ozga, Dan Romer & Cassandra A. Stanton (2024) Characteristics of Adolescents' and Young Adults' Exposure to and Engagement with Nicotine and Tobacco Product Content on Social Media, *Journal of Health Communication*, 29:6, 383-393, DOI: 10.1080/10810730.2024.2355291.

215 Snap Inc. (n.d.). *Wat is een Snap Star?*. Opgehaald van: <https://help.snapchat.com/hc/nl/articles/7012369735316-Wat-is-een-Snap-Star>. Geraadpleegd op 27 oktober 2024.

216 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.

computerspellen en andere digitale diensten op een wijze die impact heeft op de rechten en het welzijn van de speler.<sup>217</sup> Diverse socialmediaplatformen, waaronder TikTok, Snapchat<sup>218</sup> 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’, 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.<sup>219</sup>

## In-app-aankopen op Snapchat

Snapchat biedt verschillende mogelijkheden aan voor het doen van in-app-aankopen. Allereerst biedt Snapchat de mogelijkheid voor het aanschaffen van Snap-munten als digitale valuta binnen de dienst.<sup>220</sup> Uit de documentatie van Snapchat komt naar voren dat Snap-munten ingewisseld kunnen worden voor Cadeaus om te sturen naar Makers of ze in te wisselen voor digitale goederen binnen de dienst. Ook is het mogelijk om binnen de dienst bepaalde digitale goederen aan te schaffen.<sup>221</sup>

Een andere dienst waarvoor gebruikers binnen Snapchat kunnen betalen is Snapchat+. Snapchat+ biedt een aantal exclusieve functionaliteiten, waaronder meer inzicht in relaties met andere gebruikers op Snapchat en de wijze waarop de gebruiker content creëert.

Een andere functionaliteit waarvoor betaald kan worden is het herstellen van de Snapreeks.<sup>222</sup> Een Snapreeks ontstaat wanneer gebruikers elkaar minstens één keer per dag en elke dag Snaps sturen. Zodra dit een aantal dagen gebeurt, zien de gebruikers een 🔥 emoji. Het nummer naast de emoji laat zien hoeveel dagen de snapreeks gaande is. “3 🔥” betekent bijvoorbeeld dat je Snapreeks 3 dagen oud is.

De bovenstaande functionaliteiten waarin in-app-aankopen worden aangeboden, laten zien dat bovenstaande beschreven risico's ook binnen Snapchat een rol spelen. Met name in relatie tot Snapreeks lijkt een mogelijk risico gelegen. Recente onderzoeken laten een mogelijke relatie zien tussen Snapreeksen het ontstaan van fear of missing out (FOMO) bij adolescenten.<sup>223</sup>

## 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.

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

218 Nota Bene: tijdens de onderzoeksperiode was het mogelijk om snap-munten te kopen op Snapchat. Deze functionaliteit is sinds februari 2025 niet meer beschikbaar. Bron: [Wat gebeurt er met Tokens? – Snapchat-ondersteuning](#). Geraadpleegd op 14 mei 2025

219 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.

220 Snap Inc. (n.d.). *Wat zijn Snap-munten?* Opgehaald van: <https://help.snapchat.com/hc/nl/articles/7012287101844-Wat-zijn-Snap-munten>. Geraadpleegd op 29 oktober.

221 Nota Bene: tijdens de onderzoeksperiode was het mogelijk om snap-munten te kopen op Snapchat. Deze functionaliteit is sinds februari 2025 niet meer beschikbaar. Bron: [Wat gebeurt er met Tokens? – Snapchat-ondersteuning](#). Geraadpleegd op 14 mei 2025

222 Snap Inc. (n.d.). *Hoe werken Snapreeksen en wanneer verlopen ze?* Opgehaald van: <https://help.snapchat.com/hc/nl/articles/7012394193684-Hoe-werken-Snapreeksen-en-wanneer-verlopen-ze>. Geraadpleegd op 29 oktober 2024.

223 Van Essen, C. M., & Van Ouytsel, J. (2023). Snapchat streaks—How are these forms of gamified interactions associated with problematic smartphone use and fear of missing out among early adolescents? *Telematics and Informatics Reports*, 11, 100087. <https://doi.org/10.1016/j.teler.2023.100087>.

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 Snapchat gebruiken, zonder dat er risicobeperkende maatregelen zijn genomen. Huidige maatregelen die reeds door Snapchat 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**

Reclame komt op verschillende manier op Snapchat voor. Ook kunnen kinderen in-app-aankopen doen op het platform, bijvoorbeeld in de vorm van Snap-munten.<sup>224</sup> 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 Snapchat. Om die reden kunnen wij geen taxatie maken van de kans.

## **Impact**

De impact van deze consumentenrisico's is groot: ze kunnen leiden tot ongezonde levensstijlen, verhoogd consumentengedrag, materialisme en conflicten tussen ouder en kind. Specifiek voor Snapchat bestaat er ook een risico op FOMO door functionaliteiten zoals Snapreeks. Gebruikers kunnen ook betalen om hun 'streaks' (reeks) te behouden.

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
------	--------	--------------------

<sup>224</sup> Nota Bene: tijdens de onderzoeksperiode was het mogelijk om snap-munten te kopen op Snapchat. Deze functionaliteit is sinds februari 2025 niet meer beschikbaar. [Bron: Wat gebeurt er met Tokens? – Snapchat-ondersteuning](#). Geraadpleegd op 14 mei 2025



## 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 Snapchat. 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.**

#### 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 datagestuurde 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.<sup>225</sup>

Er bestaan drie soorten age assurance<sup>226</sup>:

- 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).

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

<sup>225</sup> 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

<sup>226</sup> 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

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.<sup>227</sup>
- De Digitaaldienstenverordening verplicht bepaalde organisaties (waaronder de grootste socialmediaplatformen) maatregelen te treffen tegen systeemrisico's in het ontwerp van hun dienst.<sup>228</sup> Voor de bescherming van minderjarigen gelden nog aanvullende specifieke verplichtingen voor het nemen van geschikte en proportionele maatregelen.<sup>229</sup>

In deze gevallen kan age assurance een maatregel zijn om (deels) aan die verplichtingen te voldoen.<sup>230</sup>

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.<sup>231</sup> 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 Snapchat

Snapchat voert op twee manieren age assurance uit. Gebruikers geven in ieder geval een zelfverklaring door bij het aanmaken van een account. Daarnaast geeft Snapchat in de veiligheidsmaatregelen aan dat ze gebruik maken van leeftijdsinschatting. Snapchat geeft aan “als we ons ervan bewust worden dat een account toebehoort aan een persoon onder de 13 jaar, beëindigen we hun account op het platform en verwijderen we hun gegevens.”<sup>232</sup>

Het gebruik van deze twee vormen van age assurance brengt verschillende risico's met zich mee. Wanneer gebruikers jonger zijn dan 18 jaar, maar dit bij het registreren onjuist invullen dan zijn de maatregelen die Snapchat heeft getroffen voor kinderen in beginsel niet van toepassing.<sup>233</sup> Dit vergroot de kans op schade door kinderen bloot te stellen aan schadelijke content, zoals advertenties die ongeschikt zijn voor hun leeftijd, of door ze in contact te laten komen met kwaadwillenden of illegale praktijken. Voorbeelden hiervan zijn de contacten met kwaadwillenden van seksuele uitbuiting zoals in het *risico contact* is toegelicht.

Ook zijn er risico's verbonden aan de inzet van technologie door Snapchat om een eigen inschatting van de leeftijd van kinderen te maken. Uit de documentatie blijkt niet welke variabelen gebruikt worden bij het voorspellen van de werkelijke leeftijd van gebruikers. Daarmee kunnen we de kwaliteit van het gebruikte voorspellingsalgoritme niet inschatten. Bovendien kunnen dergelijke algoritmen verschillende 'biases' bevatten waardoor bepaalde groepen gebruikers worden buitengesloten. Naast het feit dat hierdoor risico's in stand worden gehouden bij kinderen jonger dan 13 jaar die niet door het algoritmen worden 'gevangen', kan het ook leiden tot gevallen van buitensluiting als een gebruiker wel de leeftijd van 13 of 18 jaar heeft bereikt, maar door het systeem niet als zodanig wordt herkend. Snapchat beschrijft ook op de webpagina dat ze bij ontdekking van een gebruiker die jonger dan 13 jaar is, de gegevens direct zullen verwijderen.<sup>234</sup>

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

228 Art. 34 en 35 DDV

229 Art. 28 DDV

230 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

231 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>

232 Snap Inc. (z.d.). Veiligheidsmaatregelen voor tieners. Snapchat. Geraadpleegd op 29 oktober 2024, van <https://www.snapchat.com/safety/teen-safety>

233 Snap Inc. (z.d.). Tieners | Privacy bij Snapchat. Snap Inc. Geraadpleegd op 29 oktober 2024, van <https://values.snap.com/privacy/teens?lang=nl-NL>

234 Snap Inc. (n.d.). *Safety Resources*. Gegehaald van: <https://values.snap.com/safety/safety-resources?lang=nl-NL>. Geraadpleegd op 29 oktober 2024.

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

Het concept van deceptive designs/dark patterns (misleitend ontwerp patroon) 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 ontwerp patronen ('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 weg leiden 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.<sup>235</sup>

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 langetermijneffecten 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.<sup>236</sup>

<sup>235</sup> 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](https://edpb.europa.eu/system/files/2023-04/edpb_guidelines_03-2022_deceptive-design-patterns-social-media_en_1.pdf)

<sup>236</sup> Overweging 38 en 58 AVG en Overweging 81 DDV.

### Deceptive design/dark patterns op Snapchat

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. In de studie van Lupiáñez-Villanueva, et al.<sup>237</sup> werd op Snapchat de dark pattern virtuele valuta gevonden.<sup>238</sup>

In wetenschappelijk onderzoek naar onder andere Snapchat worden vormen van misleidend ontwerp (ook wel dark patterns genoemd) geïdentificeerd. Voor Snapchat specifiek, het gebruik van 'streaks' moedigt gebruikers aan om dagelijks berichten uit te wisselen om een reeks te behouden, wat kan leiden tot compulsief gebruik en angst om deze streak te verliezen.<sup>239</sup> In het risico gezondheid gaan we hier verder op in.

### 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.<sup>240</sup>

### Recommender systems op Snapchat

In hoofdstuk 2 is uiteengezet hoe Snapchat algoritmen inzet om de inhoud van de Discover en Spotlight pagina's te personaliseren en te rangschikken. De inhoud wordt afgestemd op de interesses van de gebruiker.

<sup>237</sup> 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

<sup>238</sup> Nota Bene: dit betreft een onderzoek uit 2022. Tijdens de onderzoeksperiode van het KIA was het nog mogelijk om snap-munten te kopen op Snapchat. Deze functionaliteit is sinds februari 2025 niet meer beschikbaar. [Bron: Wat gebeurt er met Tokens? – Snapchat-ondersteuning](#). Geraadpleegd op 14 mei 2025

<sup>239</sup> ACM Digital Library. (2023). Defining and Identifying Attention Capture Deceptive Designs in Digital Interfaces. Proceedings of the 2023 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems. <https://dl.acm.org/doi/fullHtml/10.1145/3544548.3580729>.

<sup>240</sup> 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.

Snapchat geeft aan dat ze verschillende algoritmen inzetten die met elkaar communiceren en zo steeds efficiënter worden naarmate de gebruiker de diensten vaker gebruikt.<sup>241</sup>

Deze aanbevelingssystemen op Snapchat brengen een drietal belangrijke risico's met zich mee. Ten eerste kunnen deze systemen bijdragen aan de verspreiding van schadelijke inhoud, zoals haatzaaiende uitlatingen en illegale drugs, door gebruikers naar dergelijke inhoud te leiden op basis van hun interacties en voorkeuren. Ten tweede kunnen aanbevelingsalgoritmen verslavend gedrag bevorderen door gebruikers voortdurend nieuwe en boeiende inhoud aan te bieden, wat kan leiden tot overmatig gebruik en negatieve gevolgen voor de geestelijke gezondheid. Ten derde kunnen deze systemen de verspreiding van desinformatie en de beïnvloeding van verkiezingen en het publieke debat versterken, doordat ze gebruikers in zogenaamde 'rabbit holes' trekken, waar ze steeds extremere of eenzijdige informatie te zien krijgen. Deze risico's zijn ook al door de Europese Commissie geïdentificeerd en hebben geleid tot een informatieverzoek aan Snapchat.<sup>242</sup>

## 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 Snapchat gebruiken, zonder dat er risicobeperkende maatregelen zijn genomen. Huidige maatregelen die reeds door Snapchat 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

De geavanceerde technologieën (age assurance, deceptive designs, recommender systems) zijn kernonderdelen van Snapchat. Kinderen kunnen bijvoorbeeld bij aanmelding op het platform een meerderjarige leeftijd opgeven. 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 risico's die bij age assurance en deceptive designs en dark patterns op Snapchat horen. Om die reden kunnen wij geen taxatie maken van de kans.

## Impact

De combinatie van gebrekkige age assurance, manipulatieve designpraktijken en geavanceerde recommender systems creëert een omgeving waarin kinderen zowel op korte als lange termijn potentieel schade kunnen ondervinden. Dit uit zich in directe risico's zoals contact met kwaadwillenden en blootstelling aan ongepaste content, maar ook in structurele schade aan cognitieve en sociaal-emotionele ontwikkeling door privacy-schending, informatiebubbels en verslavingsgedrag.

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.

<sup>241</sup> Snap Inc. (z.d.). Hoe we inhoud rangschikken op Discover. *Inhoud personaliseren en rangschikken op Discover en Spotlight*. Geraadpleegd op 29 oktober 2024, van <https://help.snapchat.com/hc/nl/articles/8961631424020-Hoe-we-inhoud-rangschikken-op-Discover>

<sup>242</sup> Commission sends requests for information to YouTube, Snapchat, and TikTok on recommender systems under the Digital Services Act. (2024, October 2). Shaping Europe's Digital Future. Opgehaald van: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/news/commission-sends-requests-information-youtube-snapchat-and-tiktok-recommender-systems-under-digital>.

## 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
------	--------	--------------------

### 3.6 *Privacyrisico's: Tot welke vormen van inbreuk op de privacy van kinderen kan het ontwerp of 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, 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 Snapchat. 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**.

#### 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.<sup>243</sup>

#### 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.'<sup>244</sup>

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.<sup>245</sup> 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

<sup>243</sup> 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.

<sup>244</sup> Impact- en juridische analyse t.b.v. de ontwikkeling van het KIA, p. 3

<sup>245</sup> 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\\_082020\\_on\\_the\\_targeting\\_of\\_social\\_media\\_users\\_nl\\_o.pdf](https://www.edpb.europa.eu/system/files/2021-11/edpb_guidelines_082020_on_the_targeting_of_social_media_users_nl_o.pdf)



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.<sup>246</sup> 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.<sup>247</sup>
- 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.<sup>248</sup>
- De mechanismen van targeting kunnen bovendien gebruikt worden om ongepast invloed uit te oefenen door middel van politieke boodschappen die gebruikers ontvangen. Wanneer polariserende 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.<sup>249</sup>
- 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.<sup>250</sup>

## Commerciële profilering op Snapchat

Snapchat heeft gepersonaliseerde advertenties op basis van hun activiteiten op of buiten Snapchat sinds augustus 2023 beperkt voor gebruikers van 13 tot 17 jaar in de Europese Unie en het Verenigd Koninkrijk.<sup>251</sup> 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 Snapchat. De personalisatie van advertenties vindt voor deze groep plaats op basis van basisinformatie, zoals taalinstellingen, leeftijd en locatie.<sup>252</sup>

<sup>246</sup> Overweging 38 AVG

<sup>247</sup> 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>

<sup>248</sup> 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>

<sup>249</sup> 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%282019%29634414\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/634414/EPRS_STU%282019%29634414_EN.pdf)

<sup>250</sup> Richtsnoeren 8/2020 betreffende de targeting van gebruikers van sociale media, p. 8

<sup>251</sup> Snap Inc. (2023). Updaten van de manier waarop wij adverteren in Europa en het Verenigd Koninkrijk. Geraadpleegd op 19 november 2024, van <https://values.snap.com/news/updating-our-advertising-in-europe-and-uk-2023>

<sup>252</sup> Snap Inc. (2024). Veelgestelde vragen over de European Digital Services Act. Geraadpleegd op 19 november 2024, van <https://help.snapchat.com/hc/nl/articles/18416565314964-Veelgestelde-vragen-over-de-European-Digital-Services-Act>

Verschillende activiteiten binnen Snapchat kwalificeren als commerciële profilering. In de documentatie van Snapchat staat dat profilering onder andere plaatsvindt voor advertentiedoelinden en personalisatie van de dienst.<sup>253</sup> Op de website van Snapchat wordt op verschillende pagina's informatie gegeven over de wijze waarop profilering plaatsvindt binnen de Snapchat-dienst. Snapchat geeft aan dat Europese Snapchatters profile-based advertising kunnen uitzetten voor hun account.


## Advertenties

Uit de documentatie van Snapchat valt af te leiden dat de groepen ontvangers van advertenties op verschillende wijzen worden samengesteld. Hierbij wordt onderscheid gemaakt tussen de volgende opties:

- Advertenties die worden gebaseerd op doelgroepen die Snapchat heeft ontvangen van partners en adverteerders.
- Advertenties die worden getoond op basis van informatie over activiteiten op Snapchat of andere diensten waarop ze advertenties vertonen.
- Snapchat kan advertentienetwerken van derden gebruiken om advertenties aan te bieden op Snapchat.

## Personalisatie

Snapchat personaliseert content die gebruikers te zien krijgen binnen verschillende onderdelen van de dienst. Zo valt af te leiden uit de informatie die Snapchat deelt over Stories en Spotlights dat de content die gebruikers te zien krijgen in beide onderdelen (deels) wordt bepaald door de interesses en voorkeuren die gebruikers delen binnen de dienst. Zo wordt ten aanzien van Stories het volgende aangegeven: '...Hier vind je content van uitgevers, Verhalen van de mensen die je volgt en Snaps van contentontwikkelaars en de community. Alle content is speciaal voor jou geselecteerd!' en 'Abonneren: vind je iets in Verhalen echt leuk? Houd de tegel met het Verhaal ingedrukt en tik op "Abonneren!". Die uitgever wordt dan hoger op je scherm Verhalen weergegeven en je krijgt in de toekomst meer van dit soort content te zien.'<sup>254</sup>

Ten aanzien van Spotlight wordt hierover het volgende aangegeven: 'Als je iets ziet waarvan je meer wilt zien, tik je op  om het aan je favorieten toe te voegen en je feed te personaliseren!'<sup>255</sup> Op de Privacy by Productpagina schrijft Snapchat het volgende over Spotlight: 'Naarmate je meer content van Spotlight verkent en gebruikt, passen we je Spotlight-ervaring aan. We laten je dan content in Spotlight zien waarvan we denken dat je ze leuk vindt.'

Dit leidt ertoe dat de risico's die zijn gesignaleerd door de EDPB ook grotendeels van toepassing zijn op Snapchat. Zo valt op te maken uit de Snapchat-documentatie dat ook Snapchat gegevens over gebruikers verzamelt via derden partijen. In het privacybeleid van Snapchat is opgenomen dat ze onder andere gegevens ontvangen van zusterbedrijven, gekoppelde servicegegevens van andere diensten waarop wordt ingelogd met Snapchat, gegevens van adverteerders en andere derden.<sup>256</sup> Ook wordt er in het privacy beleid aandacht besteed aan de services van geïntegreerde partners, zoals integraties in lenzen of bewerkingstools. Via de diensten van derden 'verstrek je mogelijk gegevens aan de geïntegreerde partner en aan Snap.' Snapchat geeft aan niet verantwoordelijk te zijn voor de manier waarop deze partners gegevens verzamelen en gebruiken.<sup>257</sup>

Bovendien biedt Snapchat bedrijven mogelijkheden om doelgroepen te bereiken die zijn gebaseerd op profielen waar gebruikers onder worden geschaard<sup>258</sup> en de locaties<sup>259</sup> waar ze zich bevinden of wonen. De informatie uit het privacybeleid en cookiebeleid bevestigt dat Snapchat grote hoeveelheden gegevens verzamelt. Zoals de EDPB stelt krijgen gebruikers juist het gevoel systematisch gevolgd te worden. De omvang van het verzamelen en analyseren van persoonsgegevens door middel van geavanceerde machine learning-modellen leidt tot verschillende risico's, waaronder manipulatie, discriminatie, uitsluiting en politieke beïnvloeding.

253 Snap Inc. (n.d.). *Privacy Center*. Opgehaald van: <https://values.snap.com/privacy/privacy-center>. Geraadpleegd op 19 november 2024.

254 Snap Inc. (n.d.). *Zo gebruik je Snapchat*. Opgehaald van: <https://help.snapchat.com/hc/nl/articles/7012332815508-Zo-gebruik-je-Snapchat>. Geraadpleegd op 19 november 2024.

255 Snap Inc. (n.d.). *Zo gebruik je Snapchat*. Opgehaald van: <https://help.snapchat.com/hc/nl/articles/7012332815508-Zo-gebruik-je-Snapchat>. Geraadpleegd op 19 november 2024.

256 Snap Inc. (2024, februari 26). *Privacy Policy*. Opgehaald van: <https://values.snap.com/privacy/privacy-policy>. Geraadpleegd op 19 november 2024.

257 Snap Inc. (2024, februari 26). *Privacy Policy*. Geïntegreerde partners. Opgehaald van: <https://values.snap.com/privacy/privacy-policy>. Geraadpleegd op 19 november 2024.

258 Onder de instellingen van Snapchat is het mogelijk een volledig overzicht te vinden van de verschillende gebruikerssegmenten die Snapchat hanteert. Voorbeelden hiervan zijn: *Corpsleden, Energiedrankdrinkers, Bierdrinkers, Cryptofans, Fastfoodjunkies, etc.*

259 Snap Inc. (n.d.). *Standard Targeting*. Opgehaald van: [https://businesshelp.snapchat.com/s/article/standard-targeting?language=en\\_US](https://businesshelp.snapchat.com/s/article/standard-targeting?language=en_US). Geraadpleegd op 19 november 2024.

## 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 Snapchat gebruiken, zonder dat er risicobeperkende maatregelen zijn genomen. Huidige maatregelen die reeds door Snapchat 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

Op Snapchat vindt profilering plaats op meerdere niveaus: via advertenties, personalisatie van content en dataverzameling via derden. Tegelijkertijd kunnen wij als onderzoekers op basis van de door ons geraagdpleegde bronnen niet beoordelen hoe groot de kans is dat kinderen in aanraking komen met commerciële profilering op Snapchat. Om die reden kunnen wij geen taxatie maken van de kans.

### Impact

Door het gebruik van geavanceerde machine learning-modellen voor data-analyse ontstaan risico's op manipulatie, discriminatie, uitsluiting en politieke beïnvloeding. Bovendien biedt Snapchat bedrijven mogelijkheden om gebruikers te targetten op basis van profielen en locatiegegevens, wat kan leiden tot het gevoel bij gebruikers dat ze systematisch worden gevolgd. Deze risico's zijn extra zorgwekkend omdat het platform veel door kinderen wordt gebruikt. Deze privacyrisico's kunnen potentieel schadelijke gevolgen hebben voor het welzijn van kinderen.

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.

### 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 Snapchat. 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).<sup>260</sup>

#### 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.<sup>261</sup> Problematisch socialmediagebruik kan grote negatieve effecten hebben op kinderen.

##### 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.<sup>262</sup> Hoog intens gebruik van social media wordt gezien als een integraal onderdeel van het leven van kinderen.<sup>263</sup>

<sup>260</sup> 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.

<sup>261</sup> 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.

<sup>262</sup> 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>

<sup>263</sup> 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>

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.<sup>264</sup> 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.<sup>265</sup> De meta-analyse van Cunningham, et al.<sup>266</sup> 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.<sup>267</sup> 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.<sup>268</sup> 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.<sup>269</sup>

### 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.<sup>270</sup> 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.<sup>271</sup>

Onderzoek toont aan dat het gebruik van social media samenhangt met meer ontevredenheid over het eigen lichaam en een verhoogd risico op eetstoornissen.<sup>272</sup> Het onderzoek van Van der Wal, et al. (2023)<sup>273</sup> 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.<sup>274</sup> 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

264 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>

265 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>

266 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>

267 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:[doi:10.1111/jcpp.13190](https://doi.org/10.1111/jcpp.13190)

268 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>

269 Valkenburg, P. D., van der Wal, D. A., & Beyens, D. I. (2023, december). SCHERMGELUK 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

270 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>

271 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>

272 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>

273 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

274 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

die beter lijken te presteren. Kross, et al. noemen dit ‘upward social comparison’. Dit leidt weer tot gevoelens als jaloezie en angst.<sup>275</sup>

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.<sup>276</sup> Upward social comparison wordt ook geassocieerd met de opkomst van ‘fear of missing out’ (FOMO), zinloosheid en ontevredenheid over het eigen zelfbeeld.<sup>277</sup> 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.<sup>278</sup> 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).<sup>279</sup> 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.<sup>280</sup>

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.<sup>281, 282</sup>

‘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.<sup>283</sup> 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

275 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>

276 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>

277 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>

278 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>

279 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>

280 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>

281 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>

282 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/>

283 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.copsy.2021.12.002>



body positivity.<sup>284</sup> Er is aangetoond dat alleen body positivitycontent een positief effect heeft op het eigen lichaamsbeeld.<sup>285</sup>

## Mentale gezondheid op Snapchat

Het gebruik van Snapchat brengt verschillende sociale en mentale gezondheidsrisico's met zich mee. Zo kan de snapmap zorgen voor sociale surveillance en daarmee een gevoel van eenzaamheid stimuleren wanneer vrienden zonder de gebruiker samenkomen. Ook kan het leiden tot FOMO en jaloezie. Daarnaast wordt in onderzoek benadrukt dat onbeantwoorde berichten van vrienden kunnen leiden tot gevoelens van uitsluiting en depressie.<sup>286</sup>

Volgens Childnet kan dit bij kinderen kan dit leiden tot competitief gedrag en kan het het negatief zelfvertrouwen beïnvloeden wanneer ze zien dat andere vrienden een langere 'streak' onderhouden dan zij zelf. Kinderen koppelen streaks aan het hebben van hechte vriendschappen.<sup>287</sup> De streaks worden door onderzoek van Van Essen & Van Ouytsel aangeduid als een gamified functie. Het motiveert de gebruiker om dagelijkse interactie met de app te hebben. Meisjes lijken vaker deel te nemen aan streaks (83,3%) dan jongens (66,9%).<sup>288</sup> In hetzelfde onderzoek werd ook een positieve relatie gevonden tussen het onderhouden van streaks en problematisch smartphone gebruik, alsook het hebben van FOMO. Ook kan het onderhouden van streaks leiden tot minder zelf-controle over social media gebruik.<sup>289</sup>

Tegelijkertijd laat een recent onderzoek door de Universiteit van Amsterdam zien dat Snapchat een positief effect kan hebben op het welzijn van gebruikers. Het onderzoek van Van der Wal, et al. toont aan dat Snapchat positief kan bijdragen aan hechte vriendschappen (71,5%), welzijn (41,4%) en zelfverzekerdheid (23,7%). De impact van social media is platform specifiek volgens deze onderzoekers. Er stond ook een negatief ervaren effect tegenover het positieve effect van het gebruik van Snapchat: hechte vriendschappen (6,6%), welzijn (11,7%) en zelfverzekerdheid (17,1%). De rest van de deelnemers ervoer geen effecten tijdens het gebruik van Snapchat op deze drie thema's.<sup>290</sup>

## 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.<sup>291</sup> 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 Siebers<sup>292</sup> 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

284 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

285 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>

286 Vanherle, R., Trekels, J., Hermans, S., Vranken, P., & Beullens, K. (2023). How it feels to be "left on read": Social surveillance on Snapchat and young individuals' mental health.

*Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 17(5), Article 3. <https://doi.org/10.5817/CP2023-5-3>

287 Childnet International. (2017, 14 september). What is a Snapchat streak?

Geraadpleegd op 29 oktober 2024, van <https://www.childnet.com/blog/what-is-a-snapchat-streak/>

288 van Essen, C. M., & Van Ouytsel, J. (2023). Snapchat streaks—How are these forms of gamified interactions associated with problematic smartphone use and fear of missing out among early adolescents?

*Telematics and Informatics*, 100087. <https://doi.org/10.1016/j.teler.2023.100087>

289 van Essen, C. M., & Van Ouytsel, J. (2023). Snapchat streaks—How are these forms of gamified interactions associated with problematic smartphone use and fear of missing out among early adolescents?

*Telematics and Informatics*, 100087. <https://doi.org/10.1016/j.teler.2023.100087>

290 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. <https://doi.org/10.31234/osf.io/qe9rn>.

291 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

292 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>

het invullen van vragenlijsten verzameld. Een ruime meerderheid van de jongeren (77%) ervoer 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 zintuiglijke 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.<sup>293</sup> 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.<sup>294</sup>

## 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.<sup>295</sup> 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.<sup>296</sup> Dit wordt onderstreept in onderzoeken van het Rathenau Instituut<sup>297</sup>, Trimbos-instituut<sup>298</sup> en het Nederlands Jeugdinstituut.<sup>299</sup> 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 Snapchat

De zojuist beschreven risico's lijken integraal relevant te zijn voor alle socialmediaplatformen, inclusief Snapchat. We hebben geen specifieke onderzoeken over Snapchat gevonden die ingaan op de risico's ten aanzien van de fysieke gezondheid.

## 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 Snapchat gebruiken, zonder dat er risicobeperkende maatregelen zijn genomen. Huidige maatregelen die reeds door Snapchat 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

293 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>

294 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>

295 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>

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

297 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](https://www.rathenau.nl/sites/default/files/2023-04/Rondetafelgesprek_Intensief_gebruik_digitale_technologie_en_middelen_Position_paper_Rathenau_Instituut.pdf)

298 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.

299 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)

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 problemen ervaren met hun mentale of fysieke gezondheid door het gebruik van Snapchat. Om die reden kunnen wij geen taxatie maken van de kans.

## **Impact**

Hoewel de bevindingen een wisselend beeld laten zien ten opzichte van de impact, stellen we vast dat voor een deel van de minderjarigen de negatieve impact op de mentale gezondheid door het gebruik van Snapchat groot kan zijn. Er zijn significante risico's voor de mentale gezondheid van kinderen: het platform kan bijdragen aan hypersensitiviteit voor sociale feedback, FOMO, problemen met zelfbeeld en verstoorde slaappatronen door intensief gebruik.

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 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 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 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: content risico

Risico omschrijving	Maatregelen	Restrisico
Misinformatie, desinformatie en nepnieuws (Risico classificatie: content risico)	<p><b>Verificatie van content:</b> Snapchat werkt samen met fact-checkers om de juistheid van informatie te controleren die wordt gedeeld op het platform. Dit helpt om de verspreiding van nepnieuws te beperken.<sup>300</sup></p> <p><b>Beperking van ongecontroleerde (virale) verspreiding:</b> Snapchat stelt voorwaarden aan content die in aanmerking komt voor aanbeveling aan een breder publiek. De voorbeelden staan bijvoorbeeld beschreven in de communityrichtlijnen van Snapchat.<sup>301</sup></p> <p><b>Communityrichtlijnen:</b> Snapchat heeft strikte communityrichtlijnen die het verspreiden van misleidende informatie verbieden. Gebruikers die deze richtlijnen overtreden, kunnen worden gerapporteerd en geblokkeerd. Content die in strijd is met de communityrichtlijnen wordt verwijderd.<sup>302</sup></p> <p><b>Rapportage- en blokkeerfuncties:</b> gebruikers kunnen eenvoudig schadelijke content rapporteren en de accounts die deze content verspreiden blokkeren. Dit helpt om in te grijpen bij ongewenst gedrag.<sup>303</sup></p>	<p>De effectiviteit van de maatregelen tegen misformatie, desinformatie en nepnieuws is door de onderzoekers niet te beoordelen.</p> <p>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 risico's aangaande misformatie, 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 risico's aangaande misinformatie, desinformatie en nepnieuws.</p> <p>De maatregelen die zijn ingesteld om misinformatie, desinformatie en nepnieuws te bestrijden zijn voornamelijk reactieve maatregelen gericht op het verwijderen van het nepnieuws. Dit betekent dat misinformatie, desinformatie en nepnieuws dan al op enige wijze verspreid zijn onder (minderjarige) gebruikers. Daarmee trekken we de effectiviteit van de maatregelen niet in twijfel, maar is het voor ons onvoldoende mogelijk om de verschillende maatregelen (afzonderlijk of in samenhang) te beoordelen.</p>

300 Snap Inc. (2024, januari). *Community Guidelines*. Opgehaald van: [https://values.snap.com/privacy/transparency/community-guidelines?utm\\_source=help\\_snapchat\\_com&utm\\_medium=referral&utm\\_campaign=universal\\_navigation&utm\\_content=footer\\_item\\_link](https://values.snap.com/privacy/transparency/community-guidelines?utm_source=help_snapchat_com&utm_medium=referral&utm_campaign=universal_navigation&utm_content=footer_item_link). Geraadpleegd op 5 december 2024.

301 Snap Inc. (2024, Mei 13). *Content Guidelines for Recommendation Eligibility*. Opgehaald van: <https://www.snap.com/content-recommendation-guidelines?lang=nl-NL>. Geraadpleegd op 5 december 2024.

302 Snap Inc. (2024, Mei 13). *Content Guidelines for Recommendation Eligibility*. Opgehaald van: <https://www.snap.com/content-recommendation-guidelines?lang=nl-NL>. Geraadpleegd op 5 december 2024.

303 Snap Inc. (n.d.). *Hoe kan ik misbruik of illegale content op Snapchat rapporteren?* Opgehaald van: <https://help.snapchat.com/hc/nl/articles/7012399221652-Hoe-kan-ik-misbruik-of-illegale-content-op-Snapchat-rapporteren#:~:text=%E2%80%8B-,Content%20rapporteren%20of%20overbergen%20in%20Verhalen,Verhalen%20in%20Verhalen%20te%20zien>. Geraadpleegd op 5 december.

Risico omschrijving	Maatregelen	Restrisico
<b>Schadelijke content (Risico classificatie: content risico)</b>	<p><b>Verificatie van content:</b> Snapchat werkt samen met fact-checkers om de juistheid van informatie te controleren die wordt gedeeld op het platform. Dit helpt om de verspreiding van nepnieuws te beperken.<sup>304</sup></p> <p><b>Beperking van ongecontroleerde (virale) verspreiding:</b> Snapchat stelt voorwaarden aan content die in aanmerking komt voor aanbeveling aan een breder publiek. De voorbeelden staan bijvoorbeeld beschreven in de communityrichtlijnen van Snapchat.<sup>305</sup></p> <p><b>Communityrichtlijnen:</b> Snapchat heeft strikte communityrichtlijnen. Hierin geeft Snapchat aan: “We zijn bijzonder gevoelig voor content en gedrag dat een risico op ernstige schade inhoudt voor Snapchatters, en behouden ons het recht voor om onmiddellijke, permanente actie te ondernemen tegen gebruikers die dergelijk gedrag vertonen.” Gebruikers die deze richtlijnen overtreden, kunnen worden gerapporteerd en geblokkeerd. Content die in strijd is met de communityrichtlijnen wordt verwijderd.<sup>306</sup></p> <p><b>Rapportage- en blokkeerfuncties:</b> gebruikers kunnen eenvoudig schadelijke content rapporteren en de accounts die deze content verspreiden blokkeren. Dit helpt om in te grijpen bij ongewenst gedrag.<sup>307</sup></p>	<p>De effectiviteit van de maatregelen tegen schadelijke content is door de onderzoekers niet te beoordelen.</p> <p>Hoewel er wel verschillende maatregelen zijn getroffen om 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 het risico.</p> <p>De maatregelen zijn er voornamelijk op gericht om schadelijke content zo snel mogelijk van het platform te verwijderen en er zo min mogelijk gebruikers (waaronder kinderen) mee in aanraking te laten komen. Tegelijkertijd is het voor ons niet mogelijk om een inschatting te maken hoe effectief deze maatregelen zijn en wat de restrisico's daardoor zijn. Hierdoor bestaat het risico nog altijd dat gebruikers hierdoor geschaad worden. Bovendien kunnen we niet vaststellen hoe effectief de maatregelen zijn. Daarmee trekken we de effectiviteit van de maatregelen niet in twijfel, maar is het voor ons onvoldoende mogelijk om de verschillende maatregelen (afzonderlijk of in samenhang) te beoordelen.</p> <p>Het restrisico blijft dat kinderen worden blootgesteld schadelijke content. Omdat we de niet kunnen inschatten hoe effectief de maatregelen zijn, weten we niet of en hoeveel de risico's aangaande schadelijke content verminderd zijn.</p>

## Risico classificatie: gedrag risico

Risico omschrijving	Maatregelen	Restrisico
<b>Kidfluencers (risico classificatie: gedrag risico)</b>	<p>Er zijn strenge maatregelen voor influencers, maar niet specifiek voor kidfluencers. De volgende maatregelen hebben we in relatie voor influencers geïdentificeerd.</p> <p><b>Leeftijdbeperkingen:</b> Snapchat is ontworpen voor gebruikers van 13 jaar en ouder. Dit helpt om jongere kinderen te beschermen tegen ongepaste inhoud en beïnvloeding.</p> <p><b>Leeftijdsgeschiede inhoud:</b> Snapchat zorgt ervoor dat de inhoud die beschikbaar is voor tieners geschikt is voor hun leeftijd. Dit omvat het beperken van toegang tot bepaalde soorten inhoud en advertenties.<sup>308</sup></p> <p><b>Strikte richtlijnen voor influencers:</b> Influencers op Snapchat moeten zich houden aan strikte richtlijnen die het promoten van schadelijke producten of diensten aan minderjarigen verbieden. Dit omvat bijvoorbeeld het promoten van alcohol, tabak en andere leeftijdsgebonden producten.<sup>309</sup></p>	<p>De effectiviteit van de maatregelen voor kidfluencers 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 risico's aangaande kidfluencing 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 kidfluencing.</p>

304 Snap Inc. (2024, januari). *Community Guidelines*. Opgehaald van: [https://values.snap.com/privacy/transparency/community-guidelines?utm\\_source=help\\_snapchat\\_com&utm\\_medium=referral&utm\\_campaign=universal\\_navigation&utm\\_content=footer\\_item\\_link](https://values.snap.com/privacy/transparency/community-guidelines?utm_source=help_snapchat_com&utm_medium=referral&utm_campaign=universal_navigation&utm_content=footer_item_link). Geraadpleegd op 5 december 2024.

305 Snap Inc. (2024, Mei 13). *Content Guidelines for Recommendation Eligibility*. Opgehaald van: <https://www.snap.com/content-recommendation-guidelines?lang=nl-NL>. Geraadpleegd op 5 december 2024.

306 Snap Inc. (2024, Mei 13). *Content Guidelines for Recommendation Eligibility*. Opgehaald van: <https://www.snap.com/content-recommendation-guidelines?lang=nl-NL>. Geraadpleegd op 5 december 2024.

307 Snap Inc. (n.d.). *Hoe kan ik misbruik of illegale content op Snapchat rapporteren?*. Opgehaald van: <https://help.snapchat.com/hc/nl/articles/7012399221652-Hoe-kan-ik-misbruik-of-illegale-content-op-Snapchat-rapporteren#:~:text=%E2%80%8B-,Content%20rapporteren%20of%20overbergen%20in%20Verhalen,Verhalen%20in%20Verhalen%20te%20zien>. Geraadpleegd op 5 december 2024.

308 Snap Inc. (n.d.). *Safeguards for Teens*. Opgehaald van: <https://parents.snapchat.com/safeguards-for-teens?lang=nl-NL>. Geraadpleegd op 5 december 2024.

309 Snap Inc. (2024, januari). *Community Guidelines*. Opgehaald van: [https://values.snap.com/privacy/transparency/community-guidelines?utm\\_source=help\\_snapchat\\_com&utm\\_medium=referral&utm\\_campaign=universal\\_navigation&utm\\_content=footer\\_item\\_link](https://values.snap.com/privacy/transparency/community-guidelines?utm_source=help_snapchat_com&utm_medium=referral&utm_campaign=universal_navigation&utm_content=footer_item_link). Geraadpleegd op 5 december 2024.



Risico omschrijving	Maatregelen	Restrisico
<b>Challenges</b> (risico classificatie: gedrag risico)	<p><b>Communityrichtlijnen:</b> Snapchat heeft duidelijke richtlijnen voor challenges die schadelijke of gevaarlijke activiteiten bevatten, deze zijn namelijk verboden.<sup>310</sup></p> <p><b>Beperking van ongecontroleerde (virale) verspreiding:</b> Snapchat stelt voorwaarden aan content die in aanmerking komt voor aanbeveling aan een breder publiek. De voorbeelden staan bijvoorbeeld beschreven in de communityrichtlijnen van Snapchat.<sup>311</sup></p>	<p>DDe effectiviteit van de maatregelen tegen challenges 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 risico's aangaande 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 risico's aangaande challenges.</p>

Risico classificatie: contact risico

Risico omschrijving	Maatregelen	Restrisico
<b>Seksuele uitbuiting</b> (risico classificatie: contact risico)	<p><b>Communityrichtlijnen:</b> Snapchat heeft richtlijnen die het delen, promoten of verspreiden van expliciete seksuele content verbieden. Dit omvat pornografie, seksuele naaktheid en het aanbieden van seksuele diensten.<sup>312</sup></p> <p><b>Bescherming van minderjarigen:</b> alle activiteiten die betrekking hebben op seksuele uitbuiting of misbruik van minderjarigen, zoals het delen van beeldmateriaal van seksuele uitbuiting, grooming, of seksuele afpersing (sextortion), zijn streng verboden. Snapchat meldt alle geïdentificeerde gevallen van seksuele uitbuiting van kinderen aan de autoriteiten.<sup>313</sup></p> <p><b>Moderatie en controle:</b> Snapchat controleert actief de inhoud van content om ervoor te zorgen dat ze voldoen aan de communityrichtlijnen. Inhoud die in strijd is met deze richtlijnen wordt verwijderd.</p> <p><b>Nieuwe veiligheidsmaatregelen:</b> recentelijk heeft Snapchat nieuwe functies geïntroduceerd om tieners te beschermen tegen online risico's. Dit omvat waarschuwingen in de app wanneer een tiener wordt benaderd door iemand zonder wederzijdse vrienden, en strengere eisen voor het toevoegen van vrienden.</p> <p><b>Proactieve controle:</b> functionaliteiten zoals Spotlight en Verkennen zijn onderworpen aan proactieve controle om schendende content te detecteren en te verwijderen voordat het een groot publiek bereikt.<sup>314</sup></p> <p><b>Educatieve bronnen:</b> Snapchat biedt educatieve content en bronnen aan om gebruikers bewust te maken van online risico's en hoe ze deze kunnen herkennen en vermijden.<sup>315</sup></p> <p><b>Family Center:</b> door middel van Family Center kunnen ouders en verzorgers toezicht houden op de contacten die hun kinderen hebben met anderen zonder dat ze de inhoud van de berichten zelf hoeven te zien.<sup>316</sup></p> <p><b>Aanbod van veiligheidsmiddelen en ondersteuning:</b> Snapchat werkt samen met sectordeskundigen en particuliere instanties en heeft een webpagina gemaakt waarin verschillende middelen worden aangeboden.<sup>317</sup></p>	<p>De effectiviteit van de maatregelen tegen 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 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 risico's aangaande seksuele uitbuiting.</p>

310 Snap Inc. (2024, januari). *Community Guidelines*. Opgehaald van: [https://values.snap.com/privacy/transparency/community-guidelines?utm\\_source=help\\_snapchat\\_com&utm\\_medium=referral&utm\\_campaign=universal\\_navigation&utm\\_content=footer\\_item\\_link](https://values.snap.com/privacy/transparency/community-guidelines?utm_source=help_snapchat_com&utm_medium=referral&utm_campaign=universal_navigation&utm_content=footer_item_link). Geraadpleegd op 5 december 2024.

311 Snap Inc. (2024, Mei 13). *Content Guidelines for Recommendation Eligibility*. Opgehaald van: <https://www.snap.com/content-recommendation-guidelines?lang=nl-NL>. Geraadpleegd op 5 december 2024.

312 Snap Inc. (2024, januari). *Sexual Content*. Opgehaald van: <https://values.snap.com/policy/policy-community-guidelines/sexual-content?lang=nl-NL>. Geraadpleegd op 6 december 2024.

313 Snap Inc. (2024, januari). *Sexual Content*. Opgehaald van: <https://values.snap.com/policy/policy-community-guidelines/sexual-content?lang=nl-NL>. Geraadpleegd op 6 december 2024.

314 Snap Inc. (2023, september 7). *Introductie van nieuwe veiligheidsmaatregelen om onze community te beschermen*.

Opgehaald van: <https://values.snap.com/news/new-safeguards-for-snapchatters-2023?lang=nl-NL>. Geraadpleegd op 6 december 2024.

315 Snap Inc. (2024, mei). *Moderation*. Opgehaald van: <https://values.snap.com/privacy/transparency/community-guidelines/moderation?lang=nl-NL>. Geraadpleegd op 6 december 2024.

316 Snap Inc. (n.d.). *Wat is Family Center?*. Opgehaald van: <https://help.snapchat.com/hc/nl/articles/7121384944788-Wat-is-Family-Center>. Geraadpleegd op 6 december 2024.

317 Snap Inc. (n.d.). *Veiligheidsbronnen en ondersteuning op Snapchat*. Opgehaald van: <https://help.snapchat.com/hc/nl/articles/7012345957524-Veiligheidsbronnen-en-ondersteuning-op-Snapchat>. Geraadpleegd op 6 december.

Risico omschrijving	Maatregelen	Restrisico
<b>Cyberpesten (risico classificatie: gedrag risico)</b>	<p><b>Communityrichtlijnen:</b> Snapchat heeft strikte richtlijnen die pesten en intimidatie verbieden. Gebruikers die zich hier niet aan houden, kunnen worden gerapporteerd en geblokkeerd.<sup>318</sup></p> <p><b>Rapportage- en blokkeerfuncties:</b> gebruikers kunnen eenvoudig pestgedrag rapporteren en de pesters blokkeren. Het doel hiervan is om ongewenst gedrag snel aan te pakken.<sup>319</sup></p> <p><b>Privacyinstellingen:</b> Snapchat biedt verschillende privacyinstellingen waarmee gebruikers kunnen bepalen wie contact met hen kan opnemen en wie hun verhalen kan zien. Dit helpt om ongewenste interacties met deze personen te verminderen.<sup>320</sup></p>	<p>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. Hoewel er wel verschillende maatregelen zijn getroffen om 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 risico's aangaande cyberpesten.</p>

Risico classificatie: consumenten risico

Risico omschrijving	Maatregelen	Restrisico
<b>Reclame (risico classificatie: consumenten risico)</b>	<p><b>Leeftijdbeperkingen:</b> Snapchat is ontworpen voor gebruikers van 13 jaar en ouder. Gebruikers jonger dan 18 jaar worden automatisch uitgesloten van bepaalde soorten advertenties, zoals doelgroepgerichte advertenties en advertenties gebaseerd op activiteiten.<sup>321</sup></p> <p><b>Leeftijdsgeschiede inhoud:</b> advertenties die aan tieners worden getoond, moeten voldoen aan strikte richtlijnen om er voor te zorgen dat ze geschikt zijn voor hun leeftijd. Dit betekent dat advertenties voor producten zoals alcohol, tabak en andere leeftijdsgebonden producten niet aan minderjarigen worden getoond.<sup>322</sup></p>	<p>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 risico's aangaande 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 risico's aangaande reclame. Ook hangt deze maatregel sterk samen met de mate waarin de leeftijdsverificatie correct werkt.</p>

Risico omschrijving	Maatregelen	Restrisico
<b>In-app-aankopen (risico classificatie: consumenten risico)</b>	<p><b>Vereist wachtwoord of authenticatie:</b> Snapchat biedt een instellingsmogelijkheid om voorafgaand aan de aanschaf van in-app-aankopen een wachtwoord of andere vorm van authenticatie te verplichten.<sup>323</sup></p>	<p>De maatregel die is toegevoegd aan in-app-aankopen is enkel effectief indien ouders deze inschakelen en de authenticatiemogelijkheid bijvoorbeeld niet voor hun kinderen toegankelijk maken.</p> <p>De effectiviteit van de maatregel 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 een maatregel is getroffen om risico's aangaande 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 risico's aangaande in-app-aankopen.</p>

318 Snap Inc. (n.d.). *Hoe verander ik mijn privacyinstellingen in Snapchat*. Opgehaald van: <https://help.snapchat.com/hc/nl/articles/7012343074580-Hoe-verander-ik-mijn-privacyinstellingen-in-Snapchat>. Geraadpleegd op 6 december 2024.

319 Snap Inc. (n.d.). *Hoe kan ik misbruik of illegale content op Snapchat rapporteren?*. Opgehaald van: <https://help.snapchat.com/hc/nl/articles/7012399221652-Hoe-kan-ik-misbruik-of-illegale-content-op-Snapchat-rapporteren>. Geraadpleegd op 6 december 2024.

320 Snap Inc. (n.d.). *Hoe verander ik mijn privacyinstellingen in Snapchat*. Opgehaald van: <https://help.snapchat.com/hc/nl/articles/7012343074580-Hoe-verander-ik-mijn-privacyinstellingen-in-Snapchat>. Geraadpleegd op 6 december 2024.

321 Snap Inc. (n.d.). *Snap Advertising Policies*. Opgehaald van: [https://businesshelp.snapchat.com/s/article/gdpr?language=en\\_US](https://businesshelp.snapchat.com/s/article/gdpr?language=en_US). Geraadpleegd op 9 december 2024.

322 Snap Inc. (n.d.). *Snap Advertising Policies*. Opgehaald van: [https://businesshelp.snapchat.com/s/article/gdpr?language=en\\_US](https://businesshelp.snapchat.com/s/article/gdpr?language=en_US). Geraadpleegd op 9 december 2024.

323 Snap Inc. (n.d.). *Hoe vereis ik een wachtwoord of authenticatie voor in-app aankopen in Snapchat*.

Opgehaald van: <https://help.snapchat.com/hc/nl/articles/7012294768276-Hoe-vereis-ik-een-wachtwoord-of-authenticatie-voor-in-app-aankopen-in-Snapchat>. Geraadpleegd op 9 december 2024.

Risico classificatie: risico aangaande geavanceerde technologie

Risico omschrijving	Maatregelen	Restrisico
<b>Age assurance (risico classificatie: risico aangaande geavanceerde technologie)</b>	<p><b>Zelfverklaring:</b> De gebruiker geeft een geboortedatum op om gebruik te maken van Snapchat. Deze geboortedatum gebruikt Snapchat om de leeftijd van de gebruiker te bepalen.<sup>324</sup></p> <p><b>Age estimation:</b> Snapchat maakt gebruik van algoritmen om de leeftijd van gebruikers in te schatten. Snapchat beschrijft namelijk dat leeftijd wordt ingeschat op basis van de activiteiten van de gebruiker op Snapchat.<sup>325</sup></p>	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. 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 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.
<b>Deceptive design / dark patterns (risico classificatie: risico aangaande geavanceerde technologie)</b>	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.
<b>Recommender systems (risico classificatie: risico aangaande geavanceerde technologie)</b>	<p><b>Beperkingen type inhoud:</b> Hoewel sommige gevoelige content in aanmerking komt voor aanbeveling, kan Snapchat dit sommige Snapchatters niet aanbevelen omwille van hun leeftijd, woonplaats, voorkeuren, of andere criteria.<sup>326</sup></p> <p><b>Geautomatiseerde en menselijk controle van inhoud:</b> Naast veiligheidsmaatregelen in het systeem, gebruikt Snapchat een combinatie van geautomatiseerde tools en menselijke controle om onze openbare content (zoals Spotlight, Publieke Verhalen, en Kaarten) te modereren, inclusief machine learning-tools en mensen, om mogelijk ongepaste content in openbare berichten te bekijken.<sup>327</sup></p> <p><b>Lifestyle en interesses:</b> gebruikers kunnen zelf instellen welke onderwerpen zij interessant vinden en welke onderwerpen niet. Hiermee kunnen gebruikers zelf invloed uitoefenen op het type content dat ze te zien krijgen.<sup>328</sup></p>	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 aangaande 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.

324 Snap Inc. (n.d.). *Ads Privacy*. Opgehaald van: <https://values.snap.com/privacy/ads-privacy>. Geraadpleegd op 5 december 2024.

325 Snap Inc. (n.d.). *Ads Privacy*. Opgehaald van: <https://values.snap.com/privacy/ads-privacy>. Geraadpleegd op 5 december 2024.

326 Snap Inc. (n.d.). *Content Guidelines and Recommendation Eligibility*. Opgehaald van: <https://values.snap.com/policy/content-guidelines-recommendation-eligibility?lang=nl-NL>. Geraadpleegd op 9 december 2024.

327 Snap Inc. (2024, mei). *Moderatie op Snapchat, handhaving en beroepsprocedures*. Opgehaald van: [Moderatie, handhaving en beroepsprocedures op Snapchat | Uitleg over communityrichtlijnen](#). Geraadpleegd op 9 december 2024.

328 Snap Inc. (n.d.). *Hoe kan ik mijn advertentie- en interessevoorkeuren op Snapchat wijzigen?*

Opgehaald van: [Hoe kan ik mijn advertentie- en interessevoorkeuren op Snapchat wijzigen? – Snapchat-ondersteuning](#). Geraadpleegd op 5 december 2024.

Risico classificatie: privacy risico

Risico omschrijving	Maatregelen	Restrisico
<p><b>Commerciële profilering (risico classificatie: gedrag risico)</b></p>	<p><b>Informatievoorzieningen privacy:</b> gebruikers kunnen in het privacybeleid lezen op welke wijze Snapchat persoonsgegevens verwerkt, inclusief welk type gegevens van welk type bronnen wordt gebruikt.<sup>329, 330</sup></p> <p><b>Gebruikersinstellingen voor advertenties:</b> gebruikers kunnen instellingen aanpassen in de verschillende menu's op basis waarvan advertenties worden getoond. Dit kunnen ze doen door aan te geven welke onderwerpen ze interessant vinden onder Lifestyle en interesses.<sup>331</sup></p> <p><b>Geen gepersonaliseerde advertenties voor gebruikers jonger dan 18:</b> gebruikers die jonger zijn dan 18 jaar ontvangen geen gepersonaliseerde advertenties.<sup>332</sup></p>	<p>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 risico's aangaande 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 risico's aangaande commerciële profilering. Ook hangen deze maatregelen sterk samen met het correct functioneren van de leeftijdsverificatie.</p>

329 Snap Inc. (2024, februari 26). *Privacy Policy*. Opgehaald van: <https://values.snap.com/privacy/privacy-policy>. Geraadpleegd op 9 december 2024.

330 Snap Inc. (n.d.). *Ads Privacy*. Opgehaald van: <https://values.snap.com/privacy/ads-privacy>. Geraadpleegd op 5 december 2024.

331 Snap Inc. (n.d.). *Hoe kan ik mijn advertentie- en interessevoorkeuren op Snapchat wijzigen?*

Opgehaald van: <https://help.snapchat.com/hc/nl/articles/7012345515796-Hoe-kan-ik-mijn-advertentie-en-interessevoorkeuren-op-Snapchat-wijzigen?lang=en-US>. Geraadpleegd op 5 december 2024.

332 Snap Inc. (2023, augustus 23). *Nieuwe functies en transparantiemaatregelen voor Snapchatters in de Europese Unie om te voldoen aan de Digital Services Act*.

Opgehaald van: <https://newsroom.snap.com/digital-services-act-snap?lang=nl-NL>. Geraadpleegd op 17 november 2024.

Risico classificatie: gezondheid risico

Risico omschrijving	Maatregelen	Restrisico
<b>Mentale gezondheid (risico classificatie: gezondheid risico)</b>	<p><b>Digital Well-Being Index (DWBI):</b> Snapchat onderzoekt wat de ervaringen zijn van tieners en jongvolwassenen met online activiteiten om hun welzijn te meten. Hiervoor hebben ze de DWBI ontwikkeld.<sup>333</sup> Dit biedt mogelijkheden om de impact van nieuwe functionaliteiten en maatregelen op het welzijn van gebruikers te meten.</p> <p><b>Aanbod van veiligheidsbronnen en ondersteuning:</b> Snapchat werkt samen met professionele deskundigen en niet-gouvernementele instanties om de nodige middelen en ondersteuning te bieden aan Snapchatters die daar behoefte aan hebben.<sup>334</sup></p> <p><b>Here for you:</b> Het is een zoektool, die bronnen toont van deskundige, gelokaliseerde partners wanneer de gebruiker zoekt naar bepaalde onderwerpen die verband houden met geestelijke gezondheid, angst, depressie, stress, zelfdodinggedachten, verdriet en pesten.<sup>335</sup></p>	<p>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 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 risico's aangaande mentale gezondheid.</p>
<b>Fysieke gezondheid (risico classificatie: gezondheid risico)</b>	<p><b>Digital Well-Being Index (DWBI):</b> Snapchat onderzoekt wat de ervaringen zijn van tieners en jongvolwassenen met online activiteiten om hun welzijn te meten. Hiervoor hebben ze de DWBI ontwikkeld.<sup>336</sup> Dit biedt mogelijkheden om de impact van nieuwe functionaliteiten en maatregelen op het welzijn van gebruikers te meten.</p> <p><b>Aanbod van veiligheidsbronnen en ondersteuning:</b> Snapchat werkt samen met professionele deskundigen en niet-gouvernementele instanties om de nodige middelen en ondersteuning te bieden aan Snapchatters die daar behoefte aan hebben.<sup>337</sup></p> <p><b>Here for you:</b> Het is een zoektool, die bronnen toont van deskundige, gelokaliseerde partners wanneer de gebruiker zoekt naar bepaalde onderwerpen die verband houden met geestelijke gezondheid, angst, depressie, stress, zelfdodinggedachten, verdriet en pesten.<sup>338</sup></p>	<p>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 wel verschillende maatregelen zijn getroffen en het aannemelijk is dat deze enig effect hebben om de risico's van 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 van fysieke gezondheid.</p>

333 Snap Inc. (2023, februari). DWBI Safety Information. Opgehaald van: <https://values.snap.com/safety/dwbi>. Geraadpleegd op 9 december 2024.

334 Snap Inc. (N.d.). Veiligheidsbronnen en -ondersteuning op Snapchat. Opgehaald van: [Veiligheidsbronnen en -ondersteuning op Snapchat – Snapchat-ondersteuning](#). Geraadpleegd op 9 december 2024.

335 Snap Inc. (N.d.). Veiligheidsbronnen en -ondersteuning op Snapchat. Opgehaald van: [Veiligheidsbronnen en -ondersteuning op Snapchat – Snapchat-ondersteuning](#). Geraadpleegd op 9 december 2024.

336 Snap Inc. (2023, februari). DWBI Safety Information. Opgehaald van: <https://values.snap.com/safety/dwbi>. Geraadpleegd op 9 december 2024.

337 Snap Inc. (N.d.). Veiligheidsbronnen en -ondersteuning op Snapchat. Opgehaald van: [Veiligheidsbronnen en -ondersteuning op Snapchat – Snapchat-ondersteuning](#). Geraadpleegd op 9 december 2024.

338 Snap Inc. (N.d.). Veiligheidsbronnen en -ondersteuning op Snapchat. Opgehaald van: [Veiligheidsbronnen en -ondersteuning op Snapchat – Snapchat-ondersteuning](#). Geraadpleegd op 9 december 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 o.a. de risico's, de zwaarte van de risico's, 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 in te zetten 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**

Snap is een commercieel bedrijf met een duidelijk winst oogmerk. De belangrijkste bron van inkomsten voor Snap bestaat uit inkomsten uit advertenties. In de meest recente cijfers benadrukt Snap dat het de nodige (commerciële) successen heeft bereikt om deze doelstellingen te bereiken. Daarbij refereren ze zelf aan de gestegen omzet en stijging van aantal gebruikers van het platform.

### 2. **Overige doelstellingen**

Snapchat streeft ernaar een platform te zijn waar mensen zichzelf authentiek kunnen uiten, spontaan kunnen communiceren en samen plezier kunnen beleven, zonder sociale druk om perfect te zijn. Via visuele communicatie wil het platform echte vriendschappen faciliteren en een brug slaan tussen de fysieke en digitale wereld.

Concluderend kan gesteld worden dat Snapchat succesvol is in het behalen van zowel zijn commerciële als overige doelstellingen. Financieel gezien toont het platform groei in zowel advertentie-inkomsten als gebruikersaantallen. Op overig vlak slaagt Snapchat hier gedeeltelijk in door:

- Het aanbieden van tijdelijke berichten die spontane, drukvrije communicatie stimuleren.
- Filters en lenzen die zelfexpressie en speelsheid bevorderen.
- De focus op visuele communicatie die aansluit bij natuurlijke interactie.
- AR-functionaliteiten die de fysieke en digitale wereld verbinden.

## 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 Snapchat een bedrijf met winst oogmerk. 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 Snapchat+ abonnementen waarmee gebruikers toegang krijgen tot extra's zoals onder andere pre-release functies.

## 2. Inspiratie en creativiteit stimuleren

Het doel van Snapchat is een inspiratiebron te zijn voor zijn gebruikers, het stimuleren van creativiteit en hen vreugde te brengen door het tonen van vermakelijke 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 moodboards, danslessen, het ervaren van kunst en cultuur of juist door jezelf te vervelen.<sup>339</sup> Vreugde kan door kinderen worden ervaren door bijvoorbeeld met elkaar (buiten) te spelen. Een digitale dienst zoals Snapchat is in de basis niet noodzakelijk voor het opdoen van inspiratie en het ervaren van vreugde.

Snapchat 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 Snapchat de mogelijkheid om op laagdrempelige wijze in contact te komen met bepaalde communities, die in de fysieke wereld vaak lastiger te bereiken zijn 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 Snapchat 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 en leeftijdsschatting.<sup>340</sup> Dit betekent dat Snapchat 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.<sup>341</sup>

339 Robinson, B. (2020, September 1). *Why Scientists Say Boredom is Good Medicine for Your Brain*. Psychology Today. Opgehaald van: <https://www.psychologytoday.com/us/blog/the-right-mindset/202009/why-scientists-say-boredom-is-good-medicine-for-your-brain>. Geraadpleegd op 9 december 2024.

340 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>

341 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](https://brill.com/view/journals/chil/32/3/article-p721_009.xml)

- **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 Snapchat 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 Snapchat te behalen. Kinderen hebben nog steeds de mogelijkheid om creatieve video's of foto'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.

### 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 hierna gaan we hier nader op in.

## Voordelen (zie beoogde doelen)

*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.

## Nadelen (negatieve impact op kinderen)

- 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 kindwelzijn:*

- 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 kindwelzijn 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 er 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 Snapchat. 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 Snapchat 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.<sup>342, 343</sup>

Concluderend stellen wij vast dat, met betrekking tot de risico's beschreven in hoofdstuk 3, van Snapchat 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 Snapchat 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 Snapchat. 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.

<sup>342</sup> Kegge, R., & de Graaf, K. (2024, oktober 7). Factsheet voorzorgsbeginsel. Tweede Kamer [Toelichting factsheet Voorzorgsbeginsel door auteurs | Tweede Kamer der Staten-Generaal](#)

<sup>343</sup> 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 Snapchat zeer effectief is in het behalen van de commerciële doelen. Dit is zichtbaar in de sterke groei van gebruikersaantallen en de stijgende omzet- en winstcijfers. De impact op het welzijn van gebruikers is echter minder eenduidig. Voor Snapchat is in ieder geval aangetoond dat tijd doorbrengen op Snapchat een positieve invloed kan hebben op het welzijn van kinderen en vriendschappen.<sup>344</sup>

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. Snapchat kan verschillende maatregelen implementeren om jonge gebruikers beter te beschermen, waarmee het platform nog steeds commercieel succes kan bereiken. Bijvoorbeeld een strenger leeftijdsverificatiesysteem gecombineerd met een eerlijker platformontwerp zonder 'dark patterns' en oneindige scroll-functie. Voor kinderaccounts kunnen extra beschermingen worden ingebouwd, zoals een reclamevrije ervaring en beperking van directe berichten tot alleen bekende contacten. Ook kan de interactie worden beperkt tot positieve reacties via een 'like'-button om negatieve interacties te voorkomen.

Op basis van de geraadpleegde bronnen, wijst onze analyse in 5.3 op de volgende bevinding: de risico's van het gebruik van Snapchat 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 Snapchat zijn dit de risico's rondom age assurance, recommender systems en deceptive designs.

Dit betekent echter niet dat we stellen dat Snapchat 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. Snapchat 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 het platform en daar heeft Snapchat 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,

344 Snap Inc. (2024, September 10). *New Independent Research Shows Snapchat's Positive Impact on Well-Being & Friendship Closeness*. Opgehaald van: <https://newsroom.snap.com/new-independent-research-2024>.

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. Beter maatregelen voor age assurance**

Veel maatregelen die Snapchat 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 leeftijds specifieke maatregelen die Snapchat 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 Snapchat. 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 Snapchat 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 'doerscrollmogelijkheid'. 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 doerscrollen 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 doerscrollmogelijkheid – 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.

## **4. Alleen contact met mensen uit je (fysieke) omgeving.**

Kinderen moeten zoveel mogelijk beschermd worden tegen contactrisico's zoals cyberpesten of seksuele uitbuiting. Om dit te bereiken zou Snapchat maatregelen kunnen treffen die ertoe leiden dat kinderen alleen gecontacteerd kunnen worden door mensen uit de directe omgeving, bijvoorbeeld in de eerste of tweede lijn van contacten. Dit kan bijdragen aan het beperken van contacten tussen kwaadwillenden en kwetsbare kinderen.



## 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 Snapchat het KIA zelf uitvoert. Als onderzoekers beschikken wij over beperkte informatie. Met de bij het platform bekende informatie, kan Snapchat 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 kinderrechtenexperts, kinderen en ouders.

Daarnaast zijn verschillende ontwikkelingen die ervoor zorgen dat Snapchat extern gemonitord wordt of dat zal gaan worden. Een voorbeeld hiervan betreft de onderzoeksbevoegdheden van de digitaalendienstcoördinatoren onder de Digitaalendienstenverordening.<sup>345</sup> 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 deceptieve design, het verslavende ontwerp van digitale producten en online profilering, met name wanneer de kwetsbaarheden van consumenten worden uitgebuit voor commerciële doeleinden.<sup>346</sup> 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.

---

<sup>345</sup> [Regulation - 2022/2065 - EN - DSA - EUR-Lex](#)

<sup>346</sup> 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](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 Snap gedeeld met de vraag of zij het document op feitelijke onjuistheden wilde checken. Snap heeft geen feitelijke onjuistheden benoemd danwel correcties hierop aangedragen. Daarnaast heeft BZK Snap de mogelijkheid geboden om een zienswijze op de concept documenten te geven. Snap heeft een zienswijze ingediend. De ingediende zienswijze van Snap, de reactie van Berenschot en de reactie van BZK zijn te vinden in deze bijlage.

**Opmerking Berenschot:** Hieronder wordt de zienswijze Snap 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. Let op: de zienswijze is aangeleverd in het Engels.

## 1. Zienswijze Snap

### Snap's response to the Dutch Children's Rights Impact Assessment

#### Our commitment to online safety

Snapchat is a visual communications app designed for people aged 13 and up. People use it primarily to connect with close friends, and is a more creative and expressive way of communicating than traditional text messaging or phone calls.

Privacy, safety and the wellbeing of our users are at the core of our platform. Our platform design supports teen's universal rights to development, freedom of expression, privacy, education and play<sup>347</sup> as we have demonstrated in our Digital Services Act (DSA) Risk Assessments.<sup>348</sup> For example, to prevent unwanted contact and address bullying, communication is restricted to mutual friends - users must accept bi-directional friend requests or have each other in their contacts to chat. Friend lists are and remain private (unlike most platforms where they are public by default), reducing exposure to strangers. Teens receive pop-up warnings if they receive a friendship request by someone outside their network<sup>349</sup> or a user flagged for concerning behavior.<sup>350</sup> Location sharing is off by default and limited to friends, and our parental supervision tool allows trusted adults to see their teen's friends and recent interactions. These are among the many measures Snap takes to protect teens from unwanted contact and bullying. Unfortunately, the Children's Rights Impact Assessment (CRIA) does not take into consideration these measures, which leads us to question the accuracy and quality of the assessment.

But, as with all aspects of life, nothing is without risk, and that also applies to online risks. At Snap, we aim to proactively protect our community from possible harm; we review and action content and accounts that are reported to us; and we learn and adapt because we know bad actors are always doing the same.

Snap welcomes and supports efforts to work together with policy makers and other stakeholders to promote children's rights, and frequently does. For example, we are actively engaged in the conversation about age verification, and are working across industry and with policy makers on a joint solution to effective age

<sup>347</sup> These rights are guaranteed by the [UN Convention on the Rights of the Child](#). The Convention includes the universal rights to development (Article 6), freedom of expression and information (Article 13), privacy (Article 16), education (Article 28 and 29) and play (Article 31).

<sup>348</sup> Snap's DSA Risk Assessment ([here](#)).

<sup>349</sup> <https://values.snap.com/news/new-safeguards-for-snapchatters-2023>.

<sup>350</sup> <https://values.snap.com/news/new-features-to-help-protect-our-community>.

assurance at the device operating level. We do however have strong concerns about this specific initiative by the ministry, which we will address next.

## Procedural and methodological issues

Snap believes that fundamental flaws in the CRIA process and methodology have led to an inaccurate and incomplete representation of our approach to protecting children. Many of these issues were raised by Snap in the earlier stages of the CRIA process, and unfortunately the final report does not resolve our concerns. To the contrary, the report exemplifies the very shortcomings we anticipated.

While originally intended as a policy tool for identifying regulatory gaps, the CRIA-instrument has transformed into a compliance tool, and fails to recognize that Snap is already subject to extensive regulatory obligations and oversight. We engage in substantive and constructive dialogue with a wide range of regulators, including the European Commission and the Netherlands Authority for Consumers and Markets on the DSA, the Dutch Media Authority on the Audiovisual Media Services Directive (AVMSD) - with whom we have finalized a first of its kind 'Code of Conduct' -, and the Dutch Authority for the prevention of online Terrorist Content and Online Child Sexual Abuse Material on terrorist related matters outlined in the Terrorist Content Online Regulation (TCO).

These - and other - existing requirements cover similar ground as the CRIA and are better suited instruments to address important issues around online safety, especially as it pertains to children. The CRIA is not grounded in any legal requirement, creates duplicative work and confusion, and is being performed by a third-party entity, instead of a regulator, compromising confidentiality and other legal assurances. This risk arises from the third party's potentially less stringent security standards, as well as differing obligations and oversight compared to a regulator. Moreover, the criteria to conduct the risk assessment lack a clear legal basis, which creates the risk of introducing bias, and a 'wish list type' of approach, rather than an objective assessment against legal requirements.

The CRIA touches upon a number of areas that are explicitly covered and extensively regulated by the DSA, and its legally appointed regulators. However, the report fails to mention or review Snap's DSA Risk Assessment, which has been extensively reviewed by both independent auditors<sup>351</sup> as well as the European Commission. This is a major shortcoming, and puts into question the quality and diligence of the CRIA. Instead of reviewing the report, the CRIA selectively references external research to support its claims, particularly in the chapter on deceptive design.

Against this background, the draft CRIA presents a misleading assessment by repeatedly asserting that limited information is available on (the effectiveness of) Snap's measures, but at the same time relying on selective research. This results in flawed deductions, misguided conclusions, and unfounded recommendations that are not grounded in the actual mitigations Snap has in place, and fails to provide an objective analysis of Snap's products and services. This persistent lack of substantiation and selective use of sources significantly undermines the CRIA's credibility and validity, as we will further demonstrate below.

## Substantive issues

In this response, we have focused on the most significant inaccuracies, which largely stem from the procedural and methodological flaws outlined above, which include: (1) dissemination of misinformation, (2) dark patterns, (3) recommender systems, and (4) impact on children's mental health.

### 1. Dissemination of misinformation

The draft report states that the researchers were unable to assess the prevalence and likelihood of misinformation on Snapchat. Snap has clearly indicated that the dissemination of harmful misinformation is not common on its platform, and Snap proactively reports on this in its bi-annual transparency report, as well as its publicly available DSA Risk Assessment Report. Snap's prevalence testing found the presence of this content to be extremely low<sup>352</sup>. Moreover, as our Transparency Report shows<sup>353</sup>, false information accounted for only 0.1% of all content enforced on Snapchat for the previous year and we received only 135 verified reports of false information from the Netherlands (0.14% of total NL enforcements).

<sup>351</sup> DSA Independent Audit Report | Snapchat | August 2024 (PDF), followed by Snap's 2024 DSA Audit Implementation report (PDF).

<sup>352</sup> See Snap's DSA Risk and Mitigation Assessment Report [here](#).

<sup>353</sup> See Snap's Transparency Report [here](#) and the section corresponding to the Netherlands [here](#).

The CRIA report identifies four measures Snap takes to address misinformation and asserts that these are primarily reactive. This statement is inaccurate. As demonstrated in Snap's DSA Risk Assessment Report Snap applies both preventive and reactive measures to mitigate misinformation. The most notable is Snap's platform design, which prevents the unvetted large scale distribution of misinformation. The effectiveness of these measures is illustrated by the 2024 EU elections, during which no confirmed cases of misinformation were recorded on Snap's platform, and has also been independently confirmed by the European Commission in meetings on misinformation.<sup>354</sup> This further highlights the strength of our moderation systems, reporting mechanisms, and fact-checking partnerships in safeguarding election integrity.

## 2. Dark patterns

The report indicates that Snap employs three "manipulative design practices" and does not have mitigating measures in place, and implies Snap has done nothing to address the residual risk unchanged. These claims are incorrect, minimally substantiated, and fail to acknowledge Snap's actual policies. In line with legal obligations, our internal policies prohibit the use of dark patterns and misleading nudge techniques, and an independent auditor has found no evidence of the dark patterns referenced in the draft CRIA, or, for that matter, any actual 'dark pattern'.<sup>355</sup>

## 3. Recommender systems

In its section on recommender systems, the CRIA outlines generic risks without apparent in-depth research into their prevalence on Snap specifically. The CRIA report references three measures Snap has implemented, overlooking the extensive information available on how Snap actually designs its recommender systems and incorporates safeguards to mitigate certain risks.<sup>356</sup> As a result of these shortcomings, the report fails to provide recommendations that meaningfully align with Snap's existing practices.

The CRIA report disregards several critical safeguards Snap has in place to ensure a safe and balanced online environment for all of our users, and fails to make objective and evidence based conclusions about the prevalence of content on Snapchat. As outlined in our DSA Risk Assessment Report and publicly available transparency pages on our recommender systems, our recommender systems are designed to promote a diverse range of topics, actively preventing filter bubbles.

Our stricter terms (e.g. the Content Guidelines for Recommendation Eligibility) and moderation systems are designed to prevent harmful content from being recommended. Users also have the ability to opt out of content personalization, through Snap's European Union Controls which are available in the app settings. Additionally, Snap's algorithmic systems are built with age-appropriate recommendations in mind, taking user age into account to ensure a safer experience for younger audiences. Beyond these measures, Snap enforces policies governing the development and periodic review of its algorithmic models, continuously refining its approach to mitigate risks. Again, we already publicly report on these and other measures in our DSA Risk Assessment, bi-annual Transparency Report, and are subject to external audit requirements.

## 4. Impact on children's mental health

The CRIA report references recent Dutch research on social media platforms and well-being but fails to highlight the findings specifically with respect to Snapchat. For example, recent research from the University of Amsterdam<sup>357</sup> regarding adolescent use of large social media platforms concludes that Snapchat positively impacts well-being, and that the app has a strong, positive effect on friendships and no net negative effect on self-esteem. Other independent research similarly indicates that Snap is not associated with the negative impacts typically attributed to social media. For example, research presented by Reach Out, Beyond Blue and the Black Dog Institute<sup>358</sup> to Australia's Parliamentary inquiry into social media and the results of the The Future Proofing Study, Australia's largest longitudinal study into youth mental health, which found that:

<sup>354</sup> See for example Snap Newsroom, Snap Gets Ready for This Year's EU elections, May 2024, [here](#).

<sup>355</sup> The only recommendation in this regard related to Snap's account deactivation settings, which Snap has already addressed, as detailed in its Audit Implementation Report.

<sup>356</sup> See Snap's DSA Risk Assessment Report here, which contains specific information on content recommendation systems in Spotlight and Discover, which seem to be most relevant in the context of the CRIA.

<sup>357</sup> Social Media Use Leads to Negative Mental Health Outcomes for Most Adolescents, Amber van der Wal, Ine Beyens, Loes H. C. Janssen, and Patti M. Valkenburg, 2024, url (preprint).

<sup>358</sup> See for example the Joint Select Committee on Social Media and Australian Society Submission, 'Inquiry into social media impacts on Australian society', July 2024, [here](#).

*“a higher number of hours on Snapchat was not found to be significantly associated with any of the mental health symptoms examined [...]*

*[...] the study found no evidence to indicate that using social media to facilitate social connections was associated with poorer mental health. Rather, it found that more frequently using social media to communicate with people teens knew in real life it was associated with lower symptoms of depression and anxiety. This may explain why a higher number of hours using Snapchat was not associated with any of the mental health symptoms examined, because Snapchat is a messaging app that adolescents primarily use to communicate with their friends.”*

Moreover, in our DSA Risk Assessment Report, we have dedicated an entire chapter to the potential negative effects of Snap use on physical and mental well-being of our users, along with the measures in place to mitigate these risks. As explained in more detail there, the range of safeguards we have implemented is far broader than the limited measures referenced in the CRIA report. We are encouraged by research and data indicating that Snap’s approach to mitigating these risks is effective at reducing the likelihood of such negative impacts on physical and emotional well-being on our platform.

### **Final remarks**

Overall, the draft CRIA report fails to provide a fair, accurate and meaningful assessment of Snap’s efforts to create a safe and supportive environment for children on its platform. It appears that key sources were not consulted, resulting in a report that lacks truly useful or constructive recommendations. The topics flagged in this response illustrate this but are by no means an exhaustive list of the inaccuracies contained in the current draft.

The inaccuracies within the draft CRIA confirm that platform involvement is not merely beneficial but crucial for accurate risk assessments. Moreover, it demonstrates that a robust regulatory framework should be put in place to ensure the integrity of the assessment process and safeguard the accuracy and protection of the data provided.

We want to reiterate that we recognize the immense responsibility we have in safeguarding our community, and creating and maintaining a safe and positive online environment for our users are at the core of our platform.

Understanding the Ministry’s responsibility to publish only accurate information, we respectfully propose reconsidering the publication of the report altogether. Should the report be made public, we request a clear disclaimer stating it is a preliminary analysis and not a risk assessment.

We must further reiterate our serious reservations regarding the separate report on Snap’s DSA Risk Assessment Reports, to be published alongside the CRIA report. While we have serious reservations about this entire effort, which belongs in existing regulatory frameworks, by not sharing this additional document with Snap, we are unable to prepare nor respond to any of its findings, which also is not in line with due process obligations.

Given the concerns outlined in this response, we highly recommend alternative actions to discuss effective strategies for safeguarding children’s rights, such as joint conversations with the industry and other relevant stakeholders to discuss specific concerns and develop potential solutions, such as the ones currently ongoing around age assurance. We wish to once again reaffirm that Snap remains fully committed to engage in thoughtful dialogue concerning children’s rights, and provide additional insight into our existing protections and safety approach. Snapchat strives to provide a space where users can connect, create and communicate safely.

## 2. Reactie Berenschot op zienswijze Snap

### 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. In dit document zetten wij als onderzoekers van Berenschot onze reactie op de ingediende zienswijze van Snap uiteen.

In deze reactie gaan wij in op de verschillende thema's die in de zienswijze van Snap worden benoemd. Allereerst gaan we in op de bestaande inzet van de digitale dienst voor het beschermen van kinderen op het Snapchat 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 die volgens de digitale dienst in de uitwerking van het KIA staan. Ook geven we een toelichting op de vergelijkende analyse tussen de resultaten van de KIA's en de DDV-rapportages die we hebben gemaakt. Vervolgens gaan we in op de opmerkingen over de expertise van Berenschot. We sluiten af met een korte conclusie.

### 2.2 De bestaande inzet van de digitale diensten

Snap geeft in haar zienswijze aan dat het zich wil inzetten om haar online omgeving voor kinderen zo veilig mogelijk te maken. De dienst beschrijft hierbij meerdere maatregelen dat het bedrijf treft om deze bescherming te waarborgen, zoals het beperken van communicatie voor kinderen tot vrienden van vrienden. 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 getroffen; (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 op Snapchat is uitgevoerd door externe onderzoekers zonder toegang tot interne informatie van Snap. Een beperking hierbij is dat de onderzoekers de effectiviteit van de maatregelen niet kunnen beoordelen zonder toegang tot deze informatie. Hierdoor kunnen wij geen netto risico omschrijven. Dit hebben wij ook op deze manier in het assessment aangegeven. Het is mogelijk dat Snap maatregelen treft die niet openbaar worden gemaakt vanwege bedrijfsgevoelige informatie, waardoor wij hiervan niet op de hoogte zijn. In het KIA geven wij dan ook aan dat Snap verschillende maatregelen treft om mogelijke risico's die zich voordoen op Snapchat voor kinderen te mitigeren, maar dat wij als externe onderzoekers de effectiviteit hiervan niet kunnen beoordelen.

### 2.3 Juridische grondslag en scope Kinderrechten Impact Assessment

Snap geeft aan dat het KIA oorspronkelijk zou worden ingezet als beleidsinstrument, maar dat het is veranderd in een compliance tool. Daarnaast geeft Snap aan van mening te zijn dat het KIA in de uitvoering als een toezichthoudend instrument is toegepast en dat het ministerie zich als toezichthouder opstelt. Daarnaast geeft Snap aan dat zij reeds moeten voldoen aan verplichtingen op basis van de Digitale Dienstenverordening (DDV) en de Richtlijn audiovisuele mediadiensten. De digitale dienst geeft aan dat het KIA overlap bevat met de verplichtingen die voortvloeien uit deze wet- en regelgeving. De uitvoering van het KIA hindert volgens Snapchat de Europese Commissie en nationale toezichthouders in het uitvoeren van 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. Het ministerie heeft met het KIA een instrument laten ontwikkelen waarmee deze effecten inzichtelijk kunnen worden gemaakt.

Snap geeft aan dat de betrokkenheid van een platform essentieel is voor een de uitvoering van een accuraat risk assessment. Ook benoemt Snapchat dat er een robuust wetgevingsraamwerk moet worden opgetuigd om de integriteit van het assessment proces te bewaken. 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 is Snap uitgenodigd om mee te werken aan de uitvoering van het KIA en te reageren op de resultaten. Snap heeft hier echter geen gehoor aan gegeven. Het belang van betrokkenheid van digitale diensten wordt bovendien meegenomen bij de doorontwikkeling van het KIA. Door gebrek aan beschikbare informatie kunnen externe onderzoekers de kans dat kinderen in aanraking komen met risico's en de effectiviteit van maatregelen tegen deze risico's namelijk niet (voldoende) beoordelen. Dit hebben wij ook als zodanig aangegeven in het assessment. Wetenschappelijk onderzoek toont in dit geval echter aan dat de geïdentificeerde risico's, wanneer ze zich voordoen op het platform, grote negatieve gevolgen kunnen hebben voor kinderen.<sup>359, 360, 361, 362, 363, 364, 365, 366</sup> 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 evenwichtiger balans in de vraagstelling naar positieve en negatieve impact, is één van de aanbevelingen die wij doen voor doorontwikkeling van het instrument.

359 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

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

361 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.

362 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>

363 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

364 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

365 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>

366 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>

## 2.4 Accurate en volledige informatie

In de zienswijze van Snap wordt aangegeven dat er feitelijke onjuistheden in het assessment staan. Wij hebben de uitvoering van het assessment gebaseerd op openbare 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 het platform zelf, wetenschappelijke literatuur en rapporten van erkende instituties en adviesorganen, overheidsdocumenten als ook nieuwsberichten van gerenommeerde media om de bevindingen waar mogelijk 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 het KIA is Snap gevraagd om medewerking te verlenen aan de uitvoering. Hier heeft Snap van af gezien. Vervolgens hebben wij gedurende de uitvoering van het onderzoek Snap 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 Snap, met het verzoek om eventuele feitelijke onjuistheden aan te wijzen, zodat wij deze zouden kunnen aanpassen voorafgaand aan publicatie. Hier heeft Snap geen gehoor aan gegeven. De zienswijze van Snap maakt niet concreet welke feitelijke onjuistheden er in de uitwerking van het KIA zouden staan.

Hieronder gaan we in op een aantal argumenten dat Snap in haar zienswijze benoemt. Waar wij op basis van de zienswijze aanpassingen in de documenten hebben doorgevoerd, geven we dit aan.

### Dissemination of misinformation

Snap geeft in de zienswijze aan dat de verspreiding van schadelijke misinformatie nauwelijks voorkomt op Snapchat. Ze verwijzen hierbij naar de DDV risicobeoordeling. Snap geeft aan dat het design van het platform voorkomt dat er op grote schaal ongecontroleerde verspreiding van misinformatie plaats kan vinden. Dit zegt iets over de indicatie van de kans dat dit optreedt. De onderzoekers hebben in het assessment aangegeven geen uitspraken te kunnen doen over de kans dat een risico optreedt. Dat geldt ook voor de kans op het risico van de verspreiding van misinformatie. De potentiële impact op een kind wanneer het risico zich voordoet verandert echter niet. Dit hebben wij ook als zodanig in het assessment weergegeven.

### Dark Patterns

In de zienswijze geeft Snapchat aan dat het KIA concludeert dat er drie manipulatieve designontwerpen zijn gevonden en dat er geen mitigerende maatregelen worden ingezet. Snap stelt dat deze conclusie incorrect is, minimaal onderbouwd en het actuele beleid van Snapchat niet in acht neemt. Snap geeft aan dat zij in lijn met wettelijke verplichtingen en eigen intern beleid geen misleidende nudge technieken inzetten. Snap geeft daarnaast aan dat de onafhankelijke auditor in het DDV controlerapport heeft geconcludeerd dat er geen bewijs is gevonden van het gebruik van dark patterns waaraan het KIA refereert. In het KIA wordt gerefereerd aan een onderzoek dat is uitgevoerd in opdracht van de Europese Commissie waarin wordt geconcludeerd dat virtuele valuta een Dark Pattern is.<sup>367</sup>

Na het ontvangen van de zienswijze hebben wij op basis van de argumenten van Snap de uitwerking van het risico Dark Patterns nogmaals bekeken. Hieruit is onder andere naar voren gekomen dat snapmunten sinds 10 februari 2025 niet meer beschikbaar zijn op het platform.<sup>368</sup> Aangezien snapmunten wel beschikbaar waren tijdens de onderzoeksperiode en wij deze functionaliteit benoemen, hebben wij middels voetnoten aangegeven dat de functionaliteit op dit moment niet meer beschikbaar is. In hoofdstuk 5 werden snapmunten genoemd in de beantwoording van vraag 5.2 als voorbeeld van een in-app aankoop functionaliteit. Voor de zorgvuldigheid hebben we dit voorbeeld gewijzigd naar een andere functionaliteit die Snap aanbiedt, namelijk een abonnement op Snapchat+. Deze wijziging leidt niet tot andere conclusies.

Daarnaast refereert het KIA aan de invloed die het design van Snapchat kan hebben op kinderen. Hier hebben wij een wijziging in aangebracht naar aanleiding van de zienswijze. In de paragraaf Dark Patterns worden streaks, pushmeldingen en eindeloos scrollen benoemd als misleidende ontwerpkeuzes. We hebben ervoor

<sup>367</sup> [Behavioural study on unfair commercial practices in the digital environment - Publications Office of the EU](#)

<sup>368</sup> Vanaf 10 februari 2025 is het niet meer mogelijk om snapmunten te kopen. Gevonden op:

[Wat zijn Snap-munten? – Snapchat-ondersteuning](#)

gekozen om de pushmeldingen en het eindeloos scrollen uit deze paragraaf te verwijderen en alleen Streaks als voorbeeld te handhaven.<sup>369</sup>

## Recommender systems

Snap benoemt dat de audit van de onafhankelijke controleur aangeeft dat Snapchat voldoet aan de eisen die de DDV stelt aan het gebruik van recommender systems. In het KIA onderzoeken wij echter de impact die het gebruik van recommender systems op kinderen kan hebben. Daarom leidt dit argument van Snapchat niet tot een wijziging van de conclusies van het KIA.

## Impact on children's mental health

Snap refereert in haar zienswijze aan een rapport van de Universiteit van Amsterdam.<sup>370</sup> Dit onderzoek halen wij ook aan in het assessment. De cijfers geven aan dat Snapchat voor 71,5% van de respondenten positieve effecten heeft op vriendschappen. Dat benoemen wij ook zo in het assessment. Daarnaast zijn in het onderzoek de effecten op zelfverzekerdheid onderzocht (23,7% positieve en 17,1% negatieve effecten). Snap geeft aan dat het onderzoek concludeert dat het gebruik van Snapchat positieve impact heeft op welzijn, sterke positieve effecten op vriendschappen en een 'no net negative effect' op zelfverzekerdheid. Wij zien inderdaad dat er zowel positieve als negatieve effecten worden gevonden en dat de positieve effecten groter zijn dan de negatieve. Deze verdeling betekent volgens ons echter niet dat er helemaal geen negatieve effecten op het welzijn van kinderen zijn.

Snap refereert ten slotte aan een rapport dat is opgesteld voor het Australisch parlement ter ondersteuning van de discussie over social media gebruik. Deze studie geeft aan dat er geen bewijs is gevonden dat social media die communicatie met sociale connecties ondersteunen, worden geassocieerd met een slechtere mentale gezondheid, maar eerder met minder symptomen van depressie. Hierdoor werd geen significant verband gevonden tussen een hoger aantal uren gebruik van Snapchat en een van de onderzochte symptomen van mentale gezondheid.<sup>371</sup> Binnen de reikwijdte en tijdsspanne van het onderzoek hebben wij niet alle relevante wetenschappelijke literatuur kunnen bestuderen die wereldwijd gepubliceerd is.

## 2.5 De publicatie van een aanvullend rapport over de DDV rapportages

Snap geeft in haar zienswijze aan dat de DDV rapportages missen in de uitwerking van het KIA. Na de voltooiing van de assessments hebben we op verzoek van BZK een vergelijking gemaakt tussen de resultaten van de risicobeoordeling uit de DDV, het controlerapport en de resultaten van de KIA's. We hebben deze vergelijking pas na afronding van de KIA's kunnen maken, omdat de risicobeoordelingen uit de DDV tijdens de uitvoering van de assessments nog niet gepubliceerd waren. De scope van rapporten is verschillend. Daarnaast wordt in de DDV risicobeoordelingen nadrukkelijk benoemd dat deze niet mogen worden gebruikt voor andere doeleinden. We blijven in de vergelijkende analyse daarom bij de feitelijke uitkomsten van de rapporten en baseren daar geen eigen conclusies op als het gaat om de uitkomsten van de KIA's. De risicobeoordeling en het controlerapport zijn verplicht onder de DDV. Snap geeft aan dat dit onderdeel van het onderzoek nog niet met hen is gedeeld. Dit klopt aangezien deze vergelijking enkel voor intern gebruik door BZK is opgesteld. BZK heeft echter op verzoek van Snap besloten de DDV analyse alsnog ter informatie te delen met de drie onderzochte digitale diensten.

## 2.6 Expertise Berenschot

Snap stelt dat het proces en de methodologie fundamentele tekortkomingen bevat. Er wordt gesteld dat de uitvoering door een derde partij, in plaats van door een toezichthouder, leidt tot het in gevaar brengen van vertrouwelijkheid en andere wettelijke waarborgen. 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.

<sup>369</sup> ACM Digital Library. (2023). Defining and Identifying Attention Capture Deceptive Designs in Digital Interfaces. Proceedings of the 2023 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems. <https://dl.acm.org/doi/fullHtml/10.1145/3544548.3580729>.

<sup>370</sup> 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. <https://doi.org/10.31234/osf.io/qe9rn>.

<sup>371</sup> [https://www.blackdoginstitute.org.au/wp-content/uploads/2024/07/Sub168\\_ReachOut-Beyonce-Blue-BDI.pdf?lang=en-US](https://www.blackdoginstitute.org.au/wp-content/uploads/2024/07/Sub168_ReachOut-Beyonce-Blue-BDI.pdf?lang=en-US)

## 2.7 Conclusie

Wij gaan ervan uit hiermee voldoende toelichting te hebben gegeven op de zienswijze van Snap. 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 Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties op zienswijze Snap

**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 Snapchat is gedeeld. Deze bijlagen zijn een herhaling van bovenstaande zienswijze en de reactie van Berenschot.

Snap

t.a.v. [REDACTED]  
[REDACTED]

Datum 2 juni 2025

Betreft uw zienswijze op het kinderrechten impact assessment

Geachte [REDACTED]

Met deze brief reageer ik op de zienswijze die Snap heeft ingediend naar aanleiding van het kinderrechten impact assessment (KIA) dat Berenschot in mijn opdracht op Snap heeft uitgevoerd en waarvan ik Snap 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 Snap – zakelijk weergegeven - het volgende aan.

#### Procedurale en methodologische tekortkomingen

1. Snap is van mening dat fundamentele gebreken in het KIA-proces en de KIA-methodologie hebben geleid tot een onjuiste en onvolledige weergave van onze aanpak ter bescherming van kinderen. Hoewel het KIA-instrument oorspronkelijk bedoeld was als een beleidsinstrument om hiaten in de regelgeving op te sporen, is het overgegaan in een nalevingsinstrument en gaat het daarmee voorbij aan het feit dat Snap al onderworpen is aan uitgebreide wettelijke verplichtingen en toezicht. Het KIA is niet verankerd in een wet en wordt uitgevoerd door een derde partij in plaats van een toezichthouder. Dit brengt risico's met zich mee, aangezien een derde partij mogelijk minder strikte beveiligingsnormen hanteert en onder andere verplichtingen en toezicht valt dan een officiële toezichthouder. Bovendien ontbreekt een duidelijke wettelijke basis voor de criteria waarop de risicobeoordeling wordt uitgevoerd, wat het risico vergroot op vooringenomenheid en een 'verlanglijst'-benadering, in plaats van een objectieve beoordeling op basis van wettelijke vereisten.
2. Het KIA behandelt verschillende onderwerpen die onder de Digitale Diensten Verordening (DDV) vallen en uitgebreid worden gereguleerd door de daartoe aangestelde toezichthouders. Desondanks laat het rapport na om Snap's DDV Risk Assessment te vermelden of mee te wegen, terwijl deze uitvoering is beoordeeld door zowel onafhankelijke auditors als de Europese Commissie. Dit is een wezenlijke tekortkoming en roept serieuze vragen op over de kwaliteit en zorgvuldigheid van het KIA. In plaats van deze grondige beoordeling mee te nemen, verwijst het KIA selectief naar extern onderzoek ter ondersteuning van haar bevindingen, met name in het hoofdstuk over 'deceptive design'.

## Inhoudelijke tekortkomingen

### Verspreiding van desinformatie

3. In het conceptrapport staat dat de onderzoekers niet in staat waren om de prevalentie en waarschijnlijkheid van desinformatie op Snapchat te beoordelen. Snap heeft echter duidelijk aangetoond dat de verspreiding van schadelijke desinformatie niet veel voorkomt op het platform en rapporteert hier proactief over in zowel het tweejaarlijkse transparantierapport als in het openbaar beschikbare DDV-risicobeoordelingsrapport. Zo bleek uit het prevalentieonderzoek van Snap dat de aanwezigheid van deze content uiterst laag is. Bovendien laat het Transparantierapport zien dat valse informatie (waar desinformatie onder valt) slechts 0,1% uitmaakte van alle handhavende maatregelen die Snap in het afgelopen jaar heeft genomen.

Het conceptrapport identificeert vier maatregelen die Snap neemt om desinformatie aan te pakken en beweert dat deze voornamelijk reactief zijn. Deze bewering is onjuist. Zoals aangetoond in het DDV-risicobeoordelingsrapport past Snap zowel preventieve als reactieve maatregelen toe om desinformatie te beperken. De belangrijkste maatregel is het platformontwerp van Snap, dat voorkomt dat ongecontroleerde desinformatie grootschalig wordt verspreid.

### Dark patterns

4. Het conceptrapport stelt dat Snap drie “manipulatieve ontwerp praktijken” toepast en geen mitigerende maatregelen heeft getroffen, en suggereert daarmee dat Snap niets heeft gedaan om het overgebleven risico verder te beperken. Deze beweringen zijn onjuist, minimaal onderbouwd en gaan voorbij aan het feitelijke beleid van Snap. In overeenstemming met wettelijke verplichtingen verbiedt ons intern gehanteerde beleid het gebruik van dark patterns en misleidende nudging-technieken. Bovendien heeft een onafhankelijke auditor geen enkel bewijs gevonden voor de in het conceptrapport genoemde dark patterns - of überhaupt voor de aanwezigheid van enige vorm van dark patterns op Snap's platforms.

### Recommender systems

5. Het conceptrapport verwijst naar drie maatregelen die Snap heeft geïmplementeerd, maar gaat voorbij aan de uitgebreide informatie die beschikbaar is over hoe Snap zijn aanbevelingssystemen daadwerkelijk ontwerpt en waarborgen inbouwt om een aantal risico's te beperken. Zoals uiteengezet in het DDV-Risk-Assessment en openbaar beschikbare transparantiepagina's over de aanbevelingssystemen, zijn de aanbevelingssystemen van Snap ontworpen om een gevarieerd scala aan onderwerpen te tonen en zo contentbubbels actief te voorkomen.

### Impact op de mentale gezondheid van kinderen

6. Het conceptrapport verwijst naar recent Nederlands onderzoek naar sociale mediaplatforms en welzijn, maar verzuimt de bevindingen specifiek met betrekking tot Snapchat te benadrukken. Zo concludeert recent onderzoek van de Universiteit van Amsterdam naar het gebruik van grote platforms door adolescenten dat Snap een positieve invloed heeft op het welzijn, een sterk positief effect heeft op vriendschappen en geen negatief effect heeft op het zelfbeeld.

Ook ander onafhankelijk onderzoek wijst erop dat Snap niet in verband wordt gebracht met de negatieve effecten die doorgaans aan traditionele sociale media worden toegeschreven. Zo is er het onderzoek gepresenteerd door Reach Out, Beyond Blue en het Black Dog Institute als onderdeel van de Australische parlementaire enquête naar sociale media, en de resultaten van de The Future Proofing Study, het grootste longitudinale onderzoek naar de geestelijke gezondheid van jongeren in Australië.

## 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 ontwerp proces 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 toezichhoudend 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.

Met betrekking tot de aangevoerde inhoudelijke tekortkomingen merk ik het volgende op.

Door de onderzoekers is aangegeven dat geen uitspraken kunnen worden gedaan over de kans dat een risico optreedt. Dat geldt ook voor de verspreiding van misinformatie. De impact op een kind verandert echter niet.

In het KIA wordt gerefereerd aan een onderzoek dat is uitgevoerd in opdracht van de Europese Commissie en waarin wordt geconcludeerd dat virtuele data een dark pattern is. Op Snapchat kun je snapmunten kopen. Daarnaast refereert het KIA aan de invloed die het design van Snapchat kan hebben op kinderen. Zoals het inzetten van streaks of pushmeldingen, waardoor kinderen worden gestimuleerd om dagelijks terug te keren naar de dienst.

Waar het gaat om de recommender systems is onderzocht in het assessment wat de impact is van het gebruik van de recommender systems op kinderen; het gaat daarbij dus niet om de vraag of het gebruik aan de eisen van de DDV voldoet.

Waar door Snap wordt verwezen naar een rapport van de Universiteit van Amsterdam merk ik op dat de onderzoekers zowel positieve als negatieve effecten hebben gevonden en dat de positieve effecten groter zijn. Dit betekent echter niet dat er geen negatief effect op de zelfverzekerdheid van kinderen is vast te stellen. Dit rapport was al in het assessment betrokken.

### **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 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 aantoont 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.

Om verwarring of misinterpretaties te voorkomen is in hoofdstuk 5 een aantal verwijzingen naar artikelen in de DDV verwijderd. Dit heeft niet geleid tot aanpassing van de conclusies.

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 Snap medewerking is gevraagd maar dat Snap daarvan heeft afgezien. Snap 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 Snap

#### Snap's response to the Dutch Children's Rights Impact Assessment

##### Our commitment to online safety

Snapchat is a visual communications app designed for people aged 13 and up. People use it primarily to connect with close friends, and is a more creative and expressive way of communicating than traditional text messaging or phone calls.

Privacy, safety and the wellbeing of our users are at the core of our platform. Our platform design supports teen's universal rights to development, freedom of expression, privacy, education and play<sup>372</sup> as we have demonstrated in our Digital Services Act (DSA) Risk Assessments.<sup>373</sup> For example, to prevent unwanted contact and address bullying, communication is restricted to mutual friends - users must accept bi-directional friend requests or have each other in their contacts to chat. Friend lists are and remain private (unlike most platforms where they are public by default), reducing exposure to strangers. Teens receive pop-up warnings if they receive a friendship request by someone outside their network<sup>374</sup> or a user flagged for concerning behavior.<sup>375</sup> Location sharing is off by default and limited to friends, and our parental supervision tool allows trusted adults to see their teen's friends and recent interactions. These are among the many measures Snap takes to protect teens from unwanted contact and bullying. Unfortunately, the Children's Rights Impact Assessment (CRIA) does not take into consideration these measures, which leads us to question the accuracy and quality of the assessment.

But, as with all aspects of life, nothing is without risk, and that also applies to online risks. At Snap, we aim to proactively protect our community from possible harm; we review and action content and accounts that are reported to us; and we learn and adapt because we know bad actors are always doing the same.

Snap welcomes and supports efforts to work together with policy makers and other stakeholders to promote children's rights, and frequently does. For example, we are actively engaged in the conversation about age verification, and are working across industry and with policy makers on a joint solution to effective age assurance at the device operating level. We do however have strong concerns about this specific initiative by the ministry, which we will address next.

##### Procedural and methodological issues

Snap believes that fundamental flaws in the CRIA process and methodology have led to an inaccurate and incomplete representation of our approach to protecting children. Many of these issues were raised by Snap in the earlier stages of the CRIA process, and unfortunately the final report does not resolve our concerns. To the contrary, the report exemplifies the very shortcomings we anticipated.

While originally intended as a policy tool for identifying regulatory gaps, the CRIA-instrument has transformed into a compliance tool, and fails to recognize that Snap is already subject to extensive regulatory obligations and oversight. We engage in substantive and constructive dialogue with a wide range of regulators, including the European Commission and the Netherlands Authority for Consumers and Markets on the DSA, the Dutch Media Authority on the Audiovisual Media Services Directive (AVMSD) - with whom we have finalized a first of its kind 'Code of Conduct' -, and the Dutch Authority for the prevention of online Terrorist Content and Online Child Sexual Abuse Material on terrorist related matters outlined in the Terrorist Content Online Regulation (TCO).

These - and other - existing requirements cover similar ground as the CRIA and are better suited instruments to address important issues around online safety, especially as it pertains to children. The CRIA is not grounded in any legal requirement, creates duplicative work and confusion, and is being performed by a third-party entity, instead of a regulator, compromising confidentiality and other legal assurances. This risk arises from the third

<sup>372</sup> These rights are guaranteed by the [UN Convention on the Rights of the Child](#). The Convention includes the universal rights to development (Article 6), freedom of expression and information (Article 13), privacy (Article 16), education (Article 28 and 29) and play (Article 31).

<sup>373</sup> Snap's DSA Risk Assessment ([here](#)).

<sup>374</sup> <https://values.snap.com/news/new-safeguards-for-snapchatters-2023>.

<sup>375</sup> <https://values.snap.com/news/new-features-to-help-protect-our-community>.

party's potentially less stringent security standards, as well as differing obligations and oversight compared to a regulator. Moreover, the criteria to conduct the risk assessment lack a clear legal basis, which creates the risk of introducing bias, and a 'wish list type' of approach, rather than an objective assessment against legal requirements.

The CRIA touches upon a number of areas that are explicitly covered and extensively regulated by the DSA, and its legally appointed regulators. However, the report fails to mention or review Snap's DSA Risk Assessment, which has been extensively reviewed by both independent auditors<sup>376</sup> as well as the European Commission. This is a major shortcoming, and puts into question the quality and diligence of the CRIA. Instead of reviewing the report, the CRIA selectively references external research to support its claims, particularly in the chapter on deceptive design.

Against this background, the draft CRIA presents a misleading assessment by repeatedly asserting that limited information is available on (the effectiveness of) Snap's measures, but at the same time relying on selective research. This results in flawed deductions, misguided conclusions, and unfounded recommendations that are not grounded in the actual mitigations Snap has in place, and fails to provide an objective analysis of Snap's products and services. This persistent lack of substantiation and selective use of sources significantly undermines the CRIA's credibility and validity, as we will further demonstrate below.

## Substantive issues

In this response, we have focused on the most significant inaccuracies, which largely stem from the procedural and methodological flaws outlined above, which include: (1) dissemination of misinformation, (2) dark patterns, (3) recommender systems, and (4) impact on children's mental health.

### 1. Dissemination of misinformation

The draft report states that the researchers were unable to assess the prevalence and likelihood of misinformation on Snapchat. Snap has clearly indicated that the dissemination of harmful misinformation is not common on its platform, and Snap proactively reports on this in its bi-annual transparency report, as well as its publicly available DSA Risk Assessment Report. Snap's prevalence testing found the presence of this content to be extremely low<sup>377</sup>. Moreover, as our Transparency Report shows<sup>378</sup>, false information accounted for only 0.1% of all content enforced on Snapchat for the previous year and we received only 135 verified reports of false information from the Netherlands (0.14% of total NL enforcements).

The CRIA report identifies four measures Snap takes to address misinformation and asserts that these are primarily reactive. This statement is inaccurate. As demonstrated in Snap's DSA Risk Assessment Report Snap applies both preventive and reactive measures to mitigate misinformation. The most notable is Snap's platform design, which prevents the unvetted large scale distribution of misinformation. The effectiveness of these measures is illustrated by the 2024 EU elections, during which no confirmed cases of misinformation were recorded on Snap's platform, and has also been independently confirmed by the European Commission in meetings on misinformation.<sup>379</sup> This further highlights the strength of our moderation systems, reporting mechanisms, and fact-checking partnerships in safeguarding election integrity.

### 2. Dark patterns

The report indicates that Snap employs three "manipulative design practices" and does not have mitigating measures in place, and implies Snap has done nothing to address the residual risk unchanged. These claims are incorrect, minimally substantiated, and fail to acknowledge Snap's actual policies. In line with legal obligations, our internal policies prohibit the use of dark patterns and misleading nudge techniques, and an independent auditor has found no evidence of the dark patterns referenced in the draft CRIA, or, for that matter, any actual 'dark pattern'.<sup>380</sup>

<sup>376</sup> DSA Independent Audit Report | Snapchat | August 2024 (PDF), followed by Snap's 2024 DSA Audit Implementation report (PDF).

<sup>377</sup> See Snap's DSA Risk and Mitigation Assessment Report [here](#).

<sup>378</sup> See Snap's Transparency Report [here](#) and the section corresponding to the Netherlands [here](#).

<sup>379</sup> See for example Snap Newsroom, Snap Gets Ready for This Year's EU elections, May 2024, [here](#).

<sup>380</sup> The only recommendation in this regard related to Snap's account deactivation settings, which Snap has already addressed, as detailed in its Audit Implementation Report.

### 3. Recommender systems

In its section on recommender systems, the CRIA outlines generic risks without apparent in-depth research into their prevalence on Snap specifically. The CRIA report references three measures Snap has implemented, overlooking the extensive information available on how Snap actually designs its recommender systems and incorporates safeguards to mitigate certain risks.<sup>381</sup> As a result of these shortcomings, the report fails to provide recommendations that meaningfully align with Snap’s existing practices.

The CRIA report disregards several critical safeguards Snap has in place to ensure a safe and balanced online environment for all of our users, and fails to make objective and evidence based conclusions about the prevalence of content on Snapchat. As outlined in our DSA Risk Assessment Report and publicly available transparency pages on our recommender systems, our recommender systems are designed to promote a diverse range of topics, actively preventing filter bubbles.

Our stricter terms (e.g. the Content Guidelines for Recommendation Eligibility) and moderation systems are designed to prevent harmful content from being recommended. Users also have the ability to opt out of content personalization, through Snap’s European Union Controls which are available in the app settings. Additionally, Snap’s algorithmic systems are built with age-appropriate recommendations in mind, taking user age into account to ensure a safer experience for younger audiences. Beyond these measures, Snap enforces policies governing the development and periodic review of its algorithmic models, continuously refining its approach to mitigate risks. Again, we already publicly report on these and other measures in our DSA Risk Assessment, bi-annual Transparency Report, and are subject to external audit requirements.

### 4. Impact on children’s mental health

The CRIA report references recent Dutch research on social media platforms and well-being but fails to highlight the findings specifically with respect to Snapchat. For example, recent research from the University of Amsterdam<sup>382</sup> regarding adolescent use of large social media platforms concludes that Snapchat positively impacts well-being, and that the app has a strong, positive effect on friendships and no net negative effect on self-esteem. Other independent research similarly indicates that Snap is not associated with the negative impacts typically attributed to social media. For example, research presented by Reach Out, Beyond Blue and the Black Dog Institute<sup>383</sup> to Australia’s Parliamentary inquiry into social media and the results of the The Future Proofing Study, Australia’s largest longitudinal study into youth mental health, which found that:

*“ a higher number of hours on Snapchat was not found to be significantly associated with any of the mental health symptoms examined [...]*

*[...] the study found no evidence to indicate that using social media to facilitate social connections was associated with poorer mental health. Rather, it found that more frequently using social media to communicate with people teens knew in real life it was associated with lower symptoms of depression and anxiety. This may explain why a higher number of hours using Snapchat was not associated with any of the mental health symptoms examined, because Snapchat is a messaging app that adolescents primarily use to communicate with their friends.”*

Moreover, in our DSA Risk Assessment Report, we have dedicated an entire chapter to the potential negative effects of Snap use on physical and mental well-being of our users, along with the measures in place to mitigate these risks. As explained in more detail there, the range of safeguards we have implemented is far broader than the limited measures referenced in the CRIA report. We are encouraged by research and data indicating that Snap’s approach to mitigating these risks is effective at reducing the likelihood of such negative impacts on physical and emotional well-being on our platform.

### Final remarks

Overall, the draft CRIA report fails to provide a fair, accurate and meaningful assessment of Snap’s efforts to create a safe and supportive environment for children on its platform. It appears that key sources were not consulted, resulting in a report that lacks truly useful or constructive recommendations. The topics flagged

<sup>381</sup> See Snap’s DSA Risk Assessment Report [here](#), which contains specific information on content recommendation systems in Spotlight and Discover, which seem to be most relevant in the context of the CRIA.

<sup>382</sup> Social Media Use Leads to Negative Mental Health Outcomes for Most Adolescents, Amber van der Wal, Ine Beyens, Loes H. C. Janssen, and Patti M. Valkenburg, 2024, [url](#) (preprint).

<sup>383</sup> See for example the Joint Select Committee on Social Media and Australian Society Submission, ‘Inquiry into social media impacts on Australian society’, July 2024, [here](#).

in this response illustrate this but are by no means an exhaustive list of the inaccuracies contained in the current draft.

The inaccuracies within the draft CRIA confirm that platform involvement is not merely beneficial but crucial for accurate risk assessments. Moreover, it demonstrates that a robust regulatory framework should be put in place to ensure the integrity of the assessment process and safeguard the accuracy and protection of the data provided.

We want to reiterate that we recognize the immense responsibility we have in safeguarding our community, and creating and maintaining a safe and positive online environment for our users are at the core of our platform.

Understanding the Ministry's responsibility to publish only accurate information, we respectfully propose reconsidering the publication of the report altogether. Should the report be made public, we request a clear disclaimer stating it is a preliminary analysis and not a risk assessment.

We must further reiterate our serious reservations regarding the separate report on Snap's DSA Risk Assessment Reports, to be published alongside the CRIA report. While we have serious reservations about this entire effort, which belongs in existing regulatory frameworks, by not sharing this additional document with Snap, we are unable to prepare nor respond to any of its findings, which also is not in line with due process obligations.

Given the concerns outlined in this response, we highly recommend alternative actions to discuss effective strategies for safeguarding children's rights, such as joint conversations with the industry and other relevant stakeholders to discuss specific concerns and develop potential solutions, such as the ones currently ongoing around age assurance. We wish to once again reaffirm that Snap remains fully committed to engage in thoughtful dialogue concerning children's rights, and provide additional insight into our existing protections and safety approach. Snapchat strives to provide a space where users can connect, create and communicate safely.

### Reactie Berenschot op zienswijze Snap

#### 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. In dit document zetten wij als onderzoekers van Berenschot onze reactie op de ingediende zienswijze van Snap uiteen.

In deze reactie gaan wij in op de verschillende thema's die in de zienswijze van Snap worden benoemd. Allereerst gaan we in op de bestaande inzet van de digitale dienst voor het beschermen van kinderen op het Snapchat 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 die volgens de digitale dienst in de uitwerking van het KIA staan. Ook geven we een toelichting op de vergelijkende analyse tussen de resultaten van de KIA's en de DDV-rapportages die we hebben gemaakt. Vervolgens gaan we in op de opmerkingen over de expertise van Berenschot. We sluiten af met een korte conclusie.

#### 2. De bestaande inzet van de digitale diensten

Snap geeft in haar zienswijze aan dat het zich wil inzetten om haar online omgeving voor kinderen zo veilig mogelijk te maken. De dienst beschrijft hierbij meerdere maatregelen dat het bedrijf treft om deze bescherming te waarborgen, zoals het beperken van communicatie voor kinderen tot vrienden van vrienden. 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 getroffen; (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 op Snapchat is uitgevoerd door externe onderzoekers zonder toegang tot interne informatie van Snap. Een beperking hierbij is dat de onderzoekers de effectiviteit van de maatregelen niet kunnen beoordelen zonder toegang tot deze informatie. Hierdoor kunnen wij geen netto risico omschrijven. Dit hebben wij ook op deze manier in het assessment aangegeven. Het is mogelijk dat Snap maatregelen treft die niet openbaar worden gemaakt vanwege bedrijfsgevoelige informatie, waardoor wij hiervan niet op de hoogte zijn. In het KIA geven wij dan ook aan dat Snap verschillende maatregelen treft om mogelijke risico's die zich voordoen op Snapchat voor kinderen te mitigeren, maar dat wij als externe onderzoekers de effectiviteit hiervan niet kunnen beoordelen.

### 3. Juridische grondslag en scope Kinderrechten Impact Assessment

Snap geeft aan dat het KIA oorspronkelijk zou worden ingezet als beleidsinstrument, maar dat het is veranderd in een compliance tool. Daarnaast geeft Snap aan van mening te zijn dat het KIA in de uitvoering als een toezichthoudend instrument is toegepast en dat het ministerie zich als toezichthouder opstelt. Daarnaast geeft Snap aan dat zij reeds moeten voldoen aan verplichtingen op basis van de Digitale Dienstenverordening (DDV) en de Richtlijn audiovisuele mediadiensten. De digitale dienst geeft aan dat het KIA overlap bevat met de verplichtingen die voortvloeien uit deze wet- en regelgeving. De uitvoering van het KIA hindert volgens Snapchat de Europese Commissie en nationale toezichthouders in het uitvoeren van 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. Het ministerie heeft met het KIA een instrument laten ontwikkelen waarmee deze effecten inzichtelijk kunnen worden gemaakt.

Snap geeft aan dat de betrokkenheid van een platform essentieel is voor een de uitvoering van een accuraat risk assessment. Ook benoemt Snapchat dat er een robuust wetgevingsraamwerk moet worden opgetuigd om de integriteit van het assessment proces te bewaken. 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 is Snap uitgenodigd om mee te werken aan de uitvoering van het KIA en te reageren op de resultaten. Snap heeft hier echter geen gehoor aan gegeven. Het belang van betrokkenheid van digitale diensten wordt bovendien meegenomen bij de doorontwikkeling van het KIA. Door gebrek aan beschikbare informatie kunnen externe onderzoekers de kans dat kinderen in aanraking komen met risico's en de effectiviteit van maatregelen tegen deze risico's namelijk niet (voldoende) beoordelen. Dit hebben wij ook als zodanig aangegeven in het assessment. Wetenschappelijk onderzoek toont in dit geval echter aan dat de geïdentificeerde risico's, wanneer ze zich voordoen op het platform, grote negatieve gevolgen kunnen hebben voor kinderen.<sup>384, 385, 386, 387, 388, 389, 390.</sup>

384 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

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

386 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: 10.23736/52724-5276.22.06892-6. Epub 2022 Aug 1. PMID: 35912791.

387 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>

388 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

389 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

390 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>

<sup>391</sup> 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 evenwichtiger balans in de vraagstelling naar positieve en negatieve impact, is één van de aanbevelingen die wij doen voor doorontwikkeling van het instrument.

#### 4. Accurate en volledige informatie

In de zienswijze van Snap wordt aangegeven dat er feitelijke onjuistheden in het assessment staan. Wij hebben de uitvoering van het assessment gebaseerd op openbare 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 het platform zelf, wetenschappelijke literatuur en rapporten van erkende instituties en adviesorganen, overheidsdocumenten als ook nieuwsberichten van gerenommeerde media om de bevindingen waar mogelijk 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 het KIA is Snap gevraagd om medewerking te verlenen aan de uitvoering. Hier heeft Snap van af gezien. Vervolgens hebben wij gedurende de uitvoering van het onderzoek Snap 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 Snap, met het verzoek om eventuele feitelijke onjuistheden aan te wijzen, zodat wij deze zouden kunnen aanpassen voorafgaand aan publicatie. Hier heeft Snap geen gehoor aan gegeven. De zienswijze van Snap maakt niet concreet welke feitelijke onjuistheden er in de uitwerking van het KIA zouden staan.

Hieronder gaan we in op een aantal argumenten dat Snap in haar zienswijze benoemt. Waar wij op basis van de zienswijze aanpassingen in de documenten hebben doorgevoerd, geven we dit aan.

#### Dissemination of misinformation

Snap geeft in de zienswijze aan dat de verspreiding van schadelijke misinformatie nauwelijks voorkomt op Snapchat. Ze verwijzen hierbij naar de DDV risicobeoordeling. Snap geeft aan dat het design van het platform voorkomt dat er op grote schaal ongecontroleerde verspreiding van misinformatie plaats kan vinden. Dit zegt iets over de indicatie van de kans dat dit optreedt. De onderzoekers hebben in het assessment aangegeven geen uitspraken te kunnen doen over de kans dat een risico optreedt. Dat geldt ook voor de kans op het risico van de verspreiding van misinformatie. De potentiële impact op een kind wanneer het risico zich voordoet verandert echter niet. Dit hebben wij ook als zodanig in het assessment weergegeven.

---

<sup>391</sup> 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>

## Dark Patterns

In de zienswijze geeft Snapchat aan dat het KIA concludeert dat er drie manipulatieve designontwerpen zijn gevonden en dat er geen mitigerende maatregelen worden ingezet. Snap stelt dat deze conclusie incorrect is, minimaal onderbouwd en het actuele beleid van Snapchat niet in acht neemt. Snap geeft aan dat zij in lijn met wettelijke verplichtingen en eigen intern beleid geen misleidende nudge technieken inzetten. Snap geeft daarnaast aan dat de onafhankelijke auditor in het DDV controlerapport heeft geconcludeerd dat er geen bewijs is gevonden van het gebruik van dark patterns waaraan het KIA refereert. In het KIA wordt gerefereerd aan een onderzoek dat is uitgevoerd in opdracht van de Europese Commissie waarin wordt geconcludeerd dat virtuele valuta een Dark Pattern is.<sup>392</sup>

Na het ontvangen van de zienswijze hebben wij op basis van de argumenten van Snap de uitwerking van het risico Dark Patterns nogmaals bekeken. Hieruit is onder andere naar voren gekomen dat snapmunten sinds 10 februari 2025 niet meer beschikbaar zijn op het platform.<sup>393</sup> Aangezien snapmunten wel beschikbaar waren tijdens de onderzoeksperiode en wij deze functionaliteit benoemen, hebben wij middels voetnoten aangegeven dat de functionaliteit op dit moment niet meer beschikbaar is. In hoofdstuk 5 werden snapmunten genoemd in de beantwoording van vraag 5.2 als voorbeeld van een in-app aankoop functionaliteit. Voor de zorgvuldigheid hebben we dit voorbeeld gewijzigd naar een andere functionaliteit die Snap aanbiedt, namelijk een abonnement op Snapchat+. Deze wijziging leidt niet tot andere conclusies.

Daarnaast refereert het KIA aan de invloed die het design van Snapchat kan hebben op kinderen. Hier hebben wij een wijziging in aangebracht naar aanleiding van de zienswijze. In de paragraaf Dark Patterns worden streaks, pushmeldingen en eindeloos scrollen benoemd als misleidende ontwerpkeuzes. We hebben ervoor gekozen om de pushmeldingen en het eindeloos scrollen uit deze paragraaf te verwijderen en alleen Streaks als voorbeeld te handhaven.<sup>394</sup>

## Recommender systems

Snap benoemt dat de audit van de onafhankelijke controleur aangeeft dat Snapchat voldoet aan de eisen die de DDV stelt aan het gebruik van recommender systems. In het KIA onderzoeken wij echter de impact die het gebruik van recommender systems op kinderen kan hebben. Daarom leidt dit argument van Snapchat niet tot een wijziging van de conclusies van het KIA.

## Impact on children's mental health

Snap refereert in haar zienswijze aan een rapport van de Universiteit van Amsterdam.<sup>395</sup> Dit onderzoek halen wij ook aan in het assessment. De cijfers geven aan dat Snapchat voor 71,5% van de respondenten positieve effecten heeft op vriendschappen. Dat benoemen wij ook zo in het assessment. Daarnaast zijn in het onderzoek de effecten op zelfverzekerdheid onderzocht (23,7% positieve en 17,1% negatieve effecten). Snap geeft aan dat het onderzoek concludeert dat het gebruik van Snapchat positieve impact heeft op welzijn, sterke positieve effecten op vriendschappen en een 'no net negative effect' op zelfverzekerdheid. Wij zien inderdaad dat er zowel positieve als negatieve effecten worden gevonden en dat de positieve effecten groter zijn dan de negatieve. Deze verdeling betekent volgens ons echter niet dat er helemaal geen negatieve effecten op het welzijn van kinderen zijn.

Snap refereert ten slotte aan een rapport dat is opgesteld voor het Australisch parlement ter ondersteuning van de discussie over social media gebruik. Deze studie geeft aan dat er geen bewijs is gevonden dat social media die communicatie met sociale connecties ondersteunen, worden geassocieerd met een slechtere mentale gezondheid, maar eerder met minder symptomen van depressie. Hierdoor werd geen significant verband gevonden tussen een hoger aantal uren gebruik van Snapchat en een van de onderzochte symptomen van mentale gezondheid.<sup>396</sup> Binnen de reikwijdte en tijdsspanne van het onderzoek hebben wij niet alle relevante wetenschappelijke literatuur kunnen bestuderen die wereldwijd gepubliceerd is.

<sup>392</sup> [Behavioural study on unfair commercial practices in the digital environment - Publications Office of the EU](#)

<sup>393</sup> Vanaf 10 februari 2025 is het niet meer mogelijk om snapmunten te kopen. Gevonden

op: [Wat zijn Snap-munten? – Snapchat-ondersteuning](#)

<sup>394</sup> ACM Digital Library. (2023). Defining and Identifying Attention Capture Deceptive Designs in Digital Interfaces. Proceedings of the 2023 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems. <https://dl.acm.org/doi/fullHtml/10.1145/3544548.3580729>.

<sup>395</sup> 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. <https://doi.org/10.31234/osf.io/qe9rn>.

<sup>396</sup> [https://www.blackdoginstitute.org.au/wp-content/uploads/2024/07/Sub168\\_ReachOut-Beyonce-Blue-BDI.pdf?lang=en-US](https://www.blackdoginstitute.org.au/wp-content/uploads/2024/07/Sub168_ReachOut-Beyonce-Blue-BDI.pdf?lang=en-US)

## 5. De publicatie van een aanvullend rapport over de DDV rapportages

Snap geeft in haar zienswijze aan dat de DDV rapportages missen in de uitwerking van het KIA. Na de voltooiing van de assessments hebben we op verzoek van BZK een vergelijking gemaakt tussen de resultaten van de risicobeoordeling uit de DDV, het controlerapport en de resultaten van de KIA's. We hebben deze vergelijking pas na afronding van de KIA's kunnen maken, omdat de risicobeoordelingen uit de DDV tijdens de uitvoering van de assessments nog niet gepubliceerd waren. De scope van rapporten is verschillend. Daarnaast wordt in de DDV risicobeoordelingen nadrukkelijk benoemd dat deze niet mogen worden gebruikt voor andere doeleinden. We blijven in de vergelijkende analyse daarom bij de feitelijke uitkomsten van de rapporten en baseren daar geen eigen conclusies op als het gaat om de uitkomsten van de KIA's. De risicobeoordeling en het controlerapport zijn verplicht onder de DDV. Snap geeft aan dat dit onderdeel van het onderzoek nog niet met hen is gedeeld. Dit klopt aangezien deze vergelijking enkel voor intern gebruik door BZK is opgesteld. BZK heeft echter op verzoek van Snap besloten de DDV analyse alsnog ter informatie te delen met de drie onderzochte digitale diensten.

## 6. Expertise Berenschot

Snap stelt dat het proces en de methodologie fundamentele tekortkomingen bevat. Er wordt gesteld dat de uitvoering door een derde partij, in plaats van door een toezichthouder, leidt tot het in gevaar brengen van vertrouwelijkheid en andere wettelijke waarborgen. 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 Snap. 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.