



Universiteit
Leiden
The Netherlands

Naar een betere bescherming van de rechten van het kind als spelende consument

Hof, S. van der; Liefwaard, T.; Kruip, J.

Citation

Hof, S. van der. (2024). Naar een betere bescherming van de rechten van het kind als spelende consument. In T. Liefwaard & J. Kruip (Eds.), *Essaybundel kinderrechten in de digitale wereld* (pp. 78-91). Den Haag: UNICEF Nederland. Retrieved from <https://hdl.handle.net/1887/4177482>

Version: Publisher's Version

License: [Leiden University Non-exclusive license](#)

Downloaded from: <https://hdl.handle.net/1887/4177482>

Note: To cite this publication please use the final published version (if applicable).

ESSAY 7

NAAR EEN BETERE BESCHERMING VAN DE RECHTEN VAN HET KIND ALS SPELENDE CONSUMENT

Prof. mr. dr. S. (Simone) van der Hof, Centrum voor Recht en Digitale Technologie,
Faculteit der Rechtsgeleerdheid, Universiteit Leiden

UNICEF-ESSAYREEKS

KINDERRECHTEN IN DE DIGITALE WERELD

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

Naar een betere bescherming van de rechten van het kind als spelende consument

Auteur:

Prof. mr. dr. S. (Simone) van der Hof, Centrum voor Recht en Digitale Technologie,
Faculteit der Rechtsgeleerdheid, Universiteit Leiden

Inhoudsopgave

1. Introductie	3
2. Vormen van digitaal spel	4
2.1 Commercialisering	4
3. Exploitatieve handelspraktijken in digitaal spel	5
3.1 Verkoopstrategieën in digitaal spel	5
3.2 Advertenties	5
3.3 Dark patterns	6
3.4 Gevolgen voor kinderen	6
4. Digitaal spel en gokken	7
5. Datagedreven digitaal spel	8
5.1 Personalisering	8
5.2 Wettelijke bescherming	8
6. Slotopmerkingen en aanbevelingen	10
6.1 Holistisch kinderrechtenperspectief	10
6.2 Handhaving van de wet	10
6.3 Stimuleren van leeftijdsgeschikt ontwerp	10
6.4 Hand in hand	11
Referenties	12

1. Introductie

Kinderen hebben het recht om te spelen en zich te ontspannen. Dit staat in artikel 31 van het VN-Verdrag inzake de Rechten van het Kind 1989 (IVRK), ook wel VN-Kinderrechtenverdrag. Spelen draagt bij aan de ontwikkeling van kinderen door rust en ontspanning, creativiteit, sociale interactie en het leren van nieuwe vaardigheden te stimuleren. Digitale diensten in de vorm van games, sociale media en videoplatforms hebben voor kinderen aantrekkelijke nieuwe vormen van spel gecreëerd. Digitaal spel is echter zelden specifiek ontwikkeld voor kinderen en houdt ook niet altijd rekening met hun rechten. Het is een sterk gecommercialiseerde

vorm van spel, waarbij het kind per definitie consument is als het een computerspel downloadt of een account opent bij een onlineplatform.¹

Het doel van dit essay is om handelspraktijken waar sprake is van online economische exploitatie van kinderen onder de aandacht te brengen. Het gaat om handelspraktijken die het recht op bescherming tegen die vormen van exploitatie (artikel 32 IVRK) en op vrij spel (artikel 31 IVRK) kunnen schenden. Daarna volgen aanbevelingen voor een betere online bescherming van kinderen in hun hoedanigheid als consument.



2. Vormen van digitaal spel

Digitaal spelen wordt vaak geassocieerd met computerspellen. Computerspellen worden gespeeld op een spelconsole, pc, laptop, tablet of smartphone en omvatten een breed scala aan genres. Voorbeelden van populaire computerspellen onder kinderen zijn de battle royale-game 'Fortnite', de sportgame 'FIFA 23' en de sandbox-game 'Minecraft'. Digitaal spel is echter een breder fenomeen dan het spelen van computerspellen. Er zit ook een spelelement in andere digitale diensten, zoals educatieve apps, sociale media en videoplatforms. Het maken van speelse online inhoud kan kinderen veel plezier en afleiding geven. Denk bijvoorbeeld aan het maken en delen van korte 'sketches' en dansjes op videoplatforms. Of jezelf streamen terwijl je een computerspel aan het spelen bent, zodat anderen kunnen meekijken en reageren.

Het zelf creëren en delen van content leert kinderen digitale en sociale vaardigheden en draagt zo bij aan hun ontwikkeling. Het bekijken van door anderen gedeelde social media posts, filmpjes en memes is voor kinderen een vorm van vermaak, afleiding en plezier - en daarmee een vorm van digitaal spel. Verder zien we allerlei hybride vormen van spel waarin fysiek en digitaal spel worden gecombineerd. Kinderen kruipen in de huid van karakters uit computerspellen en spelen verhaallijnen in fysiek spel na. Omgekeerd wordt fysiek spel nagespeeld in virtuele werelden, zoals het spelen van verstoppertje in Minecraft. Een bordspel kan via Zoom op afstand worden gespeeld. En fysiek spelen met slim speelgoed dat verbonden is met het internet is eveneens een hybride spelvorm.

Verder geven geavanceerde technologieën als virtual reality (VR) en augmented reality (AR) een 'immersive' karakter aan het spelen in virtuele werelden. Middels VR dompelt het spelende kind onder in geavanceerde, door de computer gegenereerde, virtuele werelden van spel die het gevoel geven in een andere wereld dan de fysieke te zijn gestapt. AR projecteert daarentegen een virtuele laag op de fysieke wereld die deze interactief en manipuleerbaar maakt. Een voorbeeld is het spel Pokémon Go, waarin men Pokémon's - een soort virtuele fantasiewezens - moet 'vinden' en 'vangen' met een smartphone door rond te lopen in de fysieke wereld. Wat

deze vormen van 'immersive' spelen gemeen hebben, is dat kinderen totaal verschillende realiteiten kunnen ervaren terwijl ze naast elkaar aan het spelen zijn.

2.1 Commercialisering

Digitaal spel is echter zelden specifiek ontwikkeld voor kinderen en houdt ook niet altijd rekening met hun rechten. Al in 2013 was het VN-Kinderrechtencomité (verder: het Comité) bezorgd over de toenemende commercialisering van het spel met niet op fantasierijk spel gericht fysiek speelgoed.² Spel gebaseerd op televisieprogramma's kan kinderen bovendien confronteren met reclame, gewelddadige beelden en stereotypen over gender en functiebeperking, zo stelde het Comité. Weliswaar erkende het Comité de enorme voordelen van het internet als speelplaats voor kinderen, maar het wees ook op risico's als blootstelling aan cyberpesten, geweld en agressie in videospellen, plus een mogelijk gebrek aan lichaamsbeweging. In 2021 vroeg het Comité bovendien aandacht voor het commerciële karakter van digitale diensten die kinderen gebruiken.³ Commerciële praktijken die volgens het Comité verboden zouden moeten zijn ten aanzien van kinderen, omvatten op gedragsgegevens gebaseerde advertenties, neuromarketing en reclame in virtuele en augmented reality-omgevingen.

Commercieel digitaal spel is niet alleen problematisch vanuit het oogpunt van het recht om te spelen in artikel 31 IVRK, maar ook van het recht op bescherming tegen economische exploitatie in het daaropvolgende artikel 32 IVRK. Dit recht ziet van oudsher vooral op het verbod op kinderarbeid, maar kreeg in de digitale wereld een nieuwe betekenis. Ook online kunnen kinderen namelijk op werk gelijkende activiteiten verrichten. Denk aan minderjarige influencers, e-sporters en streamers. Deze kinderen verdienen bescherming in de traditionele betekenis van dit recht.⁴ Het recht beschermt kinderen echter meer algemeen tegen het door manipulatie onrechtmatig voordeel halen uit commerciële praktijken.⁵ In deze betekenis gaat het recht over de bescherming van kinderen tegen onrechtmatige of schadelijke handelspraktijken waar niet het belang van het kind de eerste overweging is (artikel 3 lid 1 IVRK), maar het commerciële belang van de aanbieder om winst te maken met de digitale dienst.

3. Exploitatieve handelspraktijken in digitaal spel

Exploitatieve handelspraktijken omvatten commerciële praktijken die vallen binnen het bereik van artikel 32 IVRK, dat beoogt kinderen te beschermen tegen commerciële exploitatie. Economische exploitatie wordt niet gedefinieerd in het IVRK, maar omvat méér dan alleen kinderarbeid.⁶ Het gaat ook over de bescherming van kinderen tegen het behalen van onrechtvaardig economisch voordeel door hen te manipuleren.⁷ Kinderen lopen als consumenten van digitale diensten namelijk aanzienlijke risico's. Achter het voor kinderen aantrekkelijke, speelse en vermakelijke karakter van digitale diensten gaan verdienmodellen schuil die op slimme wijze gebruikmaken van voor kinderen (mogelijk) oneerlijke of schadelijke handelspraktijken. In de volgende paragrafen behandelen we voorbeelden van deze handelspraktijken.

3.1 Verkoopstrategieën in digitaal spel

Verdienmodellen die ten grondslag liggen aan computerspellen zijn door de jaren heen veranderd.⁸ Vroeger werden computerspellen alleen in fysieke vorm verkocht. Je haalde een CD of cartridge in de winkel en stopte deze thuis in je computer of spelconsole om te gaan spelen. Nu het internet alomtegenwoordig is, worden computerspellen vaak rechtstreeks gedownload naar het apparaat waarop ze worden gespeeld. Dat heeft allerlei nieuwe mogelijkheden gecreëerd om geld te verdienen aan computerspellen. Nog steeds kan er eenmalig een bedrag voor worden betaald. Daarnaast ontstonden echter nieuwe transactievormen, zoals het afsluiten van een maandabonnement om een computerspel te spelen ('World of Warcraft'), 'games as a service' (bijvoorbeeld 'Apple Arcade' of 'Playstation Plus') en zogeheten aan microtransacties gekoppelde free to play-computerspellen.

Microtransacties omvatten een breed scala aan strategieën waarmee geld kan worden verdiend in computerspellen. Denk hierbij aan de verkoop van extra add-ons ('premium content'), zoals virtuele valuta en virtuele items als wapens en skins. Deze transacties zijn niet beperkt tot games, want ook online platforms als Roblox en TikTok bieden mogelijkheden tot in-app aankopen. Roblox biedt zoals virtuele merkspullen ('collectibles') aan⁹. Binnen TikTok is het mogelijk gifts in zogeheten TikTok battles¹⁰ te doneren. Free to play-spellen kunnen bovendien

advertenties als verdienmodel gebruiken, waarbij de speler de mogelijkheid heeft om tegen betaling een versie van de game zonder advertenties te spelen. We zien dit verdienmodel ook bij andere digitale diensten, waaronder streaming platforms als Spotify en educatieve apps als Duolingo.

3.2 Advertenties

Het is al geruime tijd bekend dat advertenties negatieve effecten kunnen hebben op kinderen. Daarom wordt op televisie en in de bioscoop geen reclame meer geprogrammeerd rond kinderprogramma's en -films. Op online platforms en in een groot aantal games waar kinderen veel tijd doorbrengen zijn advertenties wél volop aanwezig. Nieuwe vormen van marketing brengen de commerciële boodschap bovendien op een subtielere manier over. Deze vormen zijn moeilijker op te merken en te overdenken- en dus effectiever.¹¹ Zo kan commerciële content slim worden verweven met niet-commerciële content, zoals in advergames.

Daarnaast worden kinderen ook betrokken bij de verspreiding van content waarvan het commerciële karakter niet altijd direct herkenbaar is. Denk bijvoorbeeld aan het delen van video's van influencers of muziek die geassocieerd is met een merk.¹² De verstrengeling van digitaal spelen en reclame is zorgwekkend met betrekking tot kinderen, omdat het onder meer kan leiden tot ongezonde levensstijlen, meer winkelgedrag en materialisme en ouder-kind conflicten. Tegelijkertijd zijn kinderen een belangrijke doelgroep voor bedrijven als het gaat om marketing. Kinderen geven steeds meer zelf geld uit en beïnvloeden gezins aankopen. En kinderen zijn niet alleen al op zeer jonge leeftijd merkbewust, maar blijven vaak ook trouw aan merken die ze als kind waardeerden.¹³

Vanwege de mogelijk negatieve effecten op kinderen zijn er regels voor reclame die kinderen moeten beschermen. Echter zijn deze regels, uitzonderingen daargelaten,¹⁴ vooral gebaseerd op zelfregulering.¹⁵ Bovendien zijn wettelijke vereisten vooral gericht op transparantie. Gezien de indringende, interactieve, emotiegericht en gepersonaliseerde aard van nieuwe marketingstrategieën zijn deze vereisten doorgaans weinig effectief. Daarnaast komt de verantwoordelijkheid te eenzijdig bij kinderen en ouders te liggen.¹⁶

3.3 Dark patterns

Met het veranderen van de verdienmodellen wijzigde ook het ontwerp van computerspellen en andere digitale diensten op een wijze die impact heeft op de rechten en het welzijn van de speler.¹⁷ Aangezien er niet langer slechts één betaling voorafgaand aan het gebruik van digitale diensten is, wordt het steeds belangrijker dat gebruikers van deze diensten er veel tijd doorbrengen en verleid worden tot het doen van in-app aankopen¹⁸.

Geld verdienen is een recht van bedrijven, maar niet op een manier die onrechtvaardig of mogelijk schadelijk is voor kinderen.¹⁹ Commerciële praktijken die misbruik maken van de kwetsbaarheid van kinderen om ze te verleiden of dwingen tot het doen van in-app aankopen die ze niet begrijpen of liever niet hadden gedaan, zijn simpelweg oneerlijk. Het gebruik van virtuele valuta in een game of andere digitale dienst is een oneerlijke handelspraktijk als niet wordt vermeld wat de prijs in Euro's is.²⁰ De speler is zich mogelijk niet meer bewust van de werkelijke waarde van een virtueel product en geeft onbewust meer uit. Virtuele valuta zijn daarmee een voorbeeld van een zogeheten 'dark pattern', ofwel een misleidend ontwerp. Deze digitale interfaces sturen, misleiden, dwingen of manipuleren consumenten om keuzes te maken die vaak niet in hun belang zijn.²¹ Er zijn talloze andere voorbeelden van dark patterns die kinderen kunnen misleiden of hun gedrag in hun digitale spel kunnen manipuleren.²² Hieronder een aantal voorbeelden:

- Pay-to-win is een ontwerpkeuze die misbruik maakt van de behoefte van spelers om te concurreren en presteren. Het winnen van een computerspel of bereiken van een hoge positie in het spel wordt bijvoorbeeld onmogelijk gemaakt of kunstmatig vertraagd, tenzij de speler power-ups of andere uitbreidingen koopt (met in-game valuta).
- Pay-to-skip is een vergelijkbare strategie waarbij de speler betaalt om een moeilijk level of repetitieve en eentonige taken (ook wel grinding genoemd) over te slaan. In zowel het geval van pay-to-win als van pay-to-skip kan het spel zo zijn ontworpen dat de vaardigheden van de speler opzettelijk worden verminderd om de kans op in-app aankopen te vergroten. Sommige computerspellen dwingen de speler om op specifieke tijdstippen te spelen.

- Voor spellen die gebaseerd zijn op de werkelijke tijd kan het noodzakelijk zijn om dagelijks tijdig terug te keren om te voorkomen dat bijvoorbeeld een digitale oogst mislukt, dieren overlijden of aantrekkelijke beloningen worden gemist.
- Ook season passes maken gebruik van een vorm van manipulatie gebaseerd op tijd. In dat geval betaal je niet voor het spel zelf, maar voor toegang tot (zeer gewilde) virtuele items en exclusieve beloningen in het spel gedurende één bepaalde periode.

3.4 Gevolgen voor kinderen

De hier genoemde praktijken kunnen schadelijk zijn vanuit een economisch perspectief, omdat ze kinderen en ouders ongemerkt en ongewild met aanzienlijke kosten kunnen opzadelen.²³ Bovendien kunnen deze praktijken een impact hebben op de fysieke leefwereld van kinderen, doordat tijdsgebonden gebeurtenissen of buitensporige tijdsinvestering in computerspellen andere activiteiten als onderwijs en sport verstoren of sociale relaties onder druk zetten.²⁴

Met de opkomst van games met een oneindige spelduur zijn de problemen van kinderen en jongeren in hun dagelijks functioneren toegenomen.²⁵ De Wereldgezondheidsorganisatie heeft in 2018 gamestoornis toegevoegd aan haar classificatiemodellen voor ziekten.²⁶ Deze diagnose betreft slechts een klein percentage van de gamers. Bovendien zijn er bij sommige problemen met gamen, zoals overmatig gebruik, vaak ook andere onderliggende sociale of emotionele problemen.²⁷ Niettemin is digitaal spel dat is ontworpen om spelers zo lang mogelijk vast te houden, vaak te laten terugkeren of aan te zetten tot kopen niet een vorm van spel dat alleen maar plezierig is.

Wanneer commerciële belangen de belangen van kinderen overtroeven, is de kans groot dat de rechten van kinderen worden geschonden. Sommige ontwerpkeuzes lijken daarbij – afhankelijk van leeftijd en ontwikkeling – inherent ongeschikt te zijn voor kinderen.²⁸ Zowel de Wet oneerlijke handelspraktijken (artikel 6:193a e.v. BW) als de Digitale Diensten Verordening (DDV) verbieden dark patterns en voorzien in extra bescherming van kinderen. In veel gevallen leidde dat vooralsnog niet tot leeftijdsgeschikt digitaal spel.

4. Digitaal spel en gokken

Ontwerpkeuzes in digitaal spel kunnen zich ook voordoen als gokken of op gokken gelijkende strategieën. Er zijn bijvoorbeeld spellen die qua uiterlijk op gokken lijken. Casinospellen als Coin Master zien er bijvoorbeeld uit als een gokautomaat. Daarnaast zijn er computerspellen die op gokken gelijkende spelelementen bevatten. Het bekendste voorbeeld is de 'loot box', een virtuele schatkist die spelers kunnen kopen of - na langdurig spel - winnen. Bij opening levert dit een willekeurige beloning op in de vorm van een virtueel item. Ook zou het doneren in zogeheten TikTok battles als een vorm van gokken kunnen worden gezien. Gebruikers kopen met virtueel geld (coins) namelijk cadeau's (gifts) om te doneren aan TikTokkers die in een livestream om de gunst van de kijker strijden. Sommige kijkers ervaren sociale druk om te doneren vanwege de kans op een 'shout out' van een TikToker.²⁹

Het aanbieden van gokdiensten aan kinderen is verboden volgens de Wet op de kansspelen (Wok). Echter geldt dat verbod alleen om gokspellen die vallen binnen de definitie van de wet. Deze wet gaat niet over op gokken

gelijkende spellen of spelelementen,³⁰ terwijl ze kinderen wel kunnen aanzetten tot daadwerkelijk gokken.³¹ Ook kunnen deze spellen tot vergelijkbare problemen leiden, zoals het ongewild en onbewust besteden van veel tijd en geld. Naast financiële schade kunnen er ook gezondheidseffecten, waaronder angst en depressie, zijn alsmede problemen in de gezins- en relationele sfeer.

Een verbod zou op zijn plaats zijn als het ontwerp van een digitaal spel zodanig op gokken lijkt dat het dezelfde effecten heeft.³² Kinderen zijn extra vatbaar voor gokken, omdat zij zich nog in hun ontwikkelfase bevinden. Aan zowel kinderen als ouders valt niet uit te leggen waarom een praktijk die alle kenmerken van gokken alsmede dezelfde effecten heeft, niet onder de Wok valt. Een evaluatie van bestaande wettelijke bescherming van kinderen tegen dit soort ontwerpkeuzes is gewenst. Verder moeten worden overwogen om het gokverbod uit te breiden. In andere landen, waaronder Spanje,³³ Finland³⁴ en België,³⁵ zijn er initiatieven die loot boxes gericht op kinderen moeten gaan verbieden. In Nederland roept de motie Bontenbal c.s. hiertoe op.³⁶



5. Datagedreven digitaal spel

Een andere vorm van commerciële exploitatie is het online profileren van kinderen voor commerciële doeleinden. Welbekend is dat populaire digitale diensten geld verdienen met advertenties en in-app aankopen die worden gericht op gebruikers. Bijvoorbeeld door kinderen op basis van gegevens van hun online gedrag te profileren en classificeren als een bepaald soort consument. Kinderen worden zo gereduceerd tot datapunten die zijn losgezongen van hun levensverhaal en individuele contexten. Met behulp van data mining en algoritmes worden hun interesses, persoonlijke eigenschappen, levensinstelling, seksuele identiteit en individuele kwetsbaarheden vertaald naar op hen gerichte en gepersonaliseerde online ervaringen die economisch gewin maximaliseren.

5.1 Personalisering

Gepersonaliseerde diensten kunnen bijdragen aan een positieve beleving als ze vrijblijvende aanbevelingen doen die aansluiten bij iemands interesses. Als personalisatie daarentegen tot doel heeft om op dwingende wijze de aandacht van gebruikers op te eisen en zo lang mogelijk vast te houden, dan ontstaan er effecten die niet prettig of zelfs schadelijk zijn voor kinderen.³⁷ Kinderen zien online niet alleen veel advertenties, maar deze worden bovendien doelgericht geselecteerd om zo'n groot mogelijk effect te sorteren. Op basis van 'click and swipe' data stoppen algoritmes bovendien de tijdlijn van gebruikers vol met content die hen zo lang mogelijk gekluisterd moet houden aan het scherm. Sensationele content is een bekende aandachtstrekker en omvat ook content die schadelijk is voor kinderen. Denk daarbij aan beelden van afgerukte ledematen, onthoofde personen, zelfmoord en dieren mishandeling, maar ook online challenges door leeftijdgenoten die gevaarlijk gedrag van andere kinderen uitlokken en soms zelfs fataal eindigen.³⁸

Een andere strategie is het boeien van gebruikers met door algoritmes gedreven content die hun kwetsbaarheden benut en hen verstrikt in een mentaal, sociaal of fysiek ongezonde val van onder andere nepnieuws, desinformatie, extremistische content en content over eetstoornissen en extreem sporten. Met data kan bovendien worden "berekend" wanneer de gebruiker het meest gevoelig is om geld uit te geven aan virtuele items op een online platform of in een game, bijvoorbeeld

door hen gericht aan andere spelers te koppelen (het zogeheten monetized matchmaking)³⁹. Kinderen zijn wat dat betreft extra kwetsbare consumenten en verdienen meer bescherming. Het moge duidelijk zijn dat bij deze vormen van online personalisatie niet het plezier van kinderen voorop staat, maar dat de verdienmodellen van de digitale dienstenaanbieders leidend zijn.

Het data gedreven karakter van digitale diensten raakt daarmee aan alle online risico's die op basis van onderzoek naar mediaeffecten⁴⁰ worden onderscheiden ten aanzien van kinderen. Hierbij gaat het om inhoudsrisico's (confrontatie met schadelijke content), gedragsrisico's (vertonen van extremistisch gedrag en uitvoeren van gevaarlijke online challenges), contactrisico's (geautomatiseerde aanbevelingen voor "vrienden"), consumentenrisico's (op de persoon gerichte advertenties en datagestuurde "duwtjes" richting in-app aankopen of gokken), privacy-risico's (overmatige dataverzameling en commerciële profilering), risico's van geavanceerde technologieën (gebruik van kunstmatige intelligentie) en gezondheidsrisico's (informatie over ongezonde leefstijlen, dwangmatig scrollen, gevoelens van onzekerheid).

5.2 Wettelijke bescherming

Met de inwerkingtreding van de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) in 2018 is voor kinderen een hoger niveau van bescherming van hun persoonsgegevens wettelijk vastgelegd. Dat hogere niveau van bescherming van hun persoonsgegevens houdt onder meer in dat profilering van kinderen voor commerciële doeleinden - zoals gepersonaliseerde advertenties - niet is toegestaan onder de AVG.⁴¹ Vorig jaar werd daarnaast de Digitale Diensten Verordening (DDV) van kracht, die online platforms verplicht om een hoog niveau van privacy, veiligheid en bescherming voor kinderen te waarborgen (artikel 28 lid 1 DDV). Deze verordening benadrukt opnieuw dat gepersonaliseerde advertenties gericht op kinderen niet zijn toegestaan (artikel 28 lid 2 DDV).

Onder de AVG zijn op kinderen gerichte en datagestuurde handelspraktijken niet toegestaan als deze niet aan kinderen kunnen worden uitgelegd of niet in hun belang zijn.⁴² Daarvan is sprake als de commerciële praktijk niet bijdraagt aan het welzijn van kinderen, of hen of hun rechten schaadt.

Gezien de bovengenoemde online risico's kan worden aangenomen dat de meeste - en zo niet alle - data-gestuurde handelspraktijken niet in het belang van kinderen zijn. Dit kan alleen anders zijn als in het ontwerp van apps en games op een privacy-vriendelijke manier een gepersonaliseerde, leeftijdsgeschikte, gezonde, leuke en

uitdagende spelervaring wordt gecreëerd. De vraag is echter of daar persoonlijke gegevens voor nodig zijn. Zo is het in games mogelijk om kinderen zelf te laten kiezen voor makkelijke of moeilijke gameplay. Op deze manier kunnen kinderen (en ouders) hun privacy-instellingen zelf personaliseren.



6. Slotopmerkingen en aanbevelingen

6.1 Holistisch kinderrechtenperspectief

In dit essay staat het recht op spel en ontspanning (artikel 31 IVRK) en het recht op bescherming tegen economische exploitatie (artikel 32 IVRK) centraal. Echter, gelet op de voorbeelden die we behandeld hebben, is duidelijk geworden dat handelspraktijken ook een mogelijk negatieve impact hebben op andere kinderrechten, waaronder het recht op non-discriminatie (artikel 2 IVRK), het belang van het kind (artikel 3 lid 1 IVRK), het recht op een gezonde ontwikkeling (artikel 6 en 24 IVRK), het recht op privacy en gegevensbescherming (artikel 16 IVRK), het recht op vrijheid van informatie (artikel 17 IVRK) en het recht op vrijheid van gedachte (artikel 14 IVRK).

Verder is van belang om rekening te houden met de zich ontwikkelende vermogens van kinderen (artikel 5 IVRK) en betrekking hebben op de mate van bescherming waar kinderen recht op hebben naar gelang hun leeftijd en rijpheid. Artikel 5 IVRK draagt ook uit dat kinderen naar mate zij ouder worden en zich meer ontwikkelen recht hebben op een grotere mate van autonomie ten opzichte van hun ouders of andere wettelijk vertegenwoordigers. De impact van commerciële praktijken kan verschillend zijn voor kinderen van verschillende leeftijden. We weten bijvoorbeeld dat wat schadelijk is voor jonge kinderen, misschien niet een vergelijkbaar effect heeft op voor oudere kinderen.

Tegelijkertijd zien we ook dat juist tieners risico's lopen als consument. Bijvoorbeeld omdat ze zelfstandiger gebruik maken van apps en games, meer risico's kunnen tegenkomen door intensief gebruik ervan en mogelijk ook zelf meer risico's nemen. Kinderrechten gaan echter niet alleen over het beschermen van kinderen, maar geven kinderen ook rechten die hen in staat stellen deel te nemen aan de (digitale) samenleving, zoals het recht op vrijheid van meningsuiting (artikel 13 IVRK) en veilige toegang tot (digitale) media (artikel 17 IVRK). Het belang van digitaal spel en ontspanning voor het welzijn en de ontwikkeling van kinderen kan niet worden onderschat. Het recht op vrij spel veronderstelt dat zij daarin ook zelfstandig keuzes moeten kunnen maken. Commerciële praktijken zoals de voorbeelden in dit essay mogen een plezierige, zinvolle en gezonde online participatie van alle kinderen niet in de weg staan.

6.2 Handhaving van de wet

De Nederlandse overheid is een verdragsluitende partij bij het IVRK met de verplichting om ervoor te zorgen dat de rechten van kinderen worden gewaarborgd. De kwesties die we in dit essay bespraken worden aangepakt in wet- en regelgeving.

Toch zien we dat de praktijk niet in lijn is met de bescherming die kinderen zouden moeten hebben op basis van die wet- en regelgeving. Een taak voor de overheid is om te onderzoeken hoe de naleving en handhaving van de wet kan worden verbeterd. Dit is een gesprek dat niet alleen binnen Nederland gevoerd moet worden. Veel wet- en regelgeving is Europees van aard en de bevoegdheid om in te grijpen ligt niet altijd bij Nederlandse toezichthouders. Dat ontslaat de overheid echter niet van de plicht om te zoeken naar meer gerichte handhaving - of ten minste te inventariseren welke belemmeringen er kunnen zijn én te werken aan het wegnemen daarvan. Verder bestaat de plicht om te monitoren of wetgeving nog beschermt rondom nieuwe technologische ontwikkelingen.⁴³ Dit is bijvoorbeeld niet het geval bij op gokken gelijkende of gokelementen in digitale diensten.

Kinderen zijn ervaringsdeskundigen op het gebied van digitaal spel en hun verhaal moet centraal staan. Daarom moeten kinderen worden betrokken bij het opstellen of wijzigen van beleid en wetgeving die op hen van invloed is. Ook dienen zij voorgelicht te worden over hun rechten met betrekking tot digitale diensten. Er zijn daarom meer inspanningen nodig om kinderen effectieve rechtsmiddelen te bieden om schendingen van hun rechten aan te vechten. Kinderen moeten de mogelijkheid hebben om zelf een klacht in te dienen bij toezichthouders. Of zij moeten ten minste proactief op deze mogelijkheid worden gewezen - mits deze bestaat.

6.3 Stimuleren van leeftijdsgeschied ontwerp

In 2022 publiceerde UNICEF een oproep tot actie, waarin kinderen in de regio Azië-Pacific bedrijven oproepen om leeftijds- en ontwikkelingsgerichte diensten aan te bieden aan kinderen.⁴⁴ In Nederland adviseert de UNICEF-Jongerenraad over het waarborgen van kinderrechten door onder meer het vermijden van negatieve kenmerken van apps en games. Leeftijdsgeschied ontwerp is de aanpak om kinderen standaard voor hun leeftijd geschikte online ervaringen te bieden in apps en games door al bij het ontwerp rekening te houden met hun rechten en welzijn. Dit keert de huidige situatie om: in plaats van dat apps en games niet specifiek worden ontworpen met de rechten van kinderen in gedachten, doet deze aanpak dat expliciet wel. Praktisch gezien kunnen — of eigenlijk: moeten⁴⁵ — bedrijven deze handschoen oppakken door bij de ontwikkeling van apps en games standaard een kinderrechten impact assessment (KIA) uit te voeren.⁴⁶ Het doel van een KIA is onder andere om potentiële

risico's van een app of game voor het welzijn en de rechten van kinderen te identificeren en vervolgens maatregelen te nemen om deze risico's te voorkomen of te beperken. Verder zijn er verschillende gedragscodes en standaarden die richting geven aan het implementeren van een leeftijdsgerichte ontwerpaanpak door bedrijven, waaronder in Nederland de Code Kinderrechten⁴⁷ en op Europees niveau het CENELEC Age Appropriate Digital Services Framework.⁴⁸

Een kwestie die verder moet worden uitgewerkt, is leeftijdsverificatie. Tenzij digitale diensten standaard geschikt zijn voor kinderen, is het noodzakelijk - of zelfs wettelijk verplicht - om te weten of de gebruikers ervan, en zo ja welke, kinderen zijn om hen een leeftijdsgeschikte versie te kunnen aanbieden. Voor digitale diensten die alleen bedoeld zijn voor volwassenen, moet een harde grens worden getrokken tussen gebruikers onder de 18 en gebruikers van 18 jaar en ouder. Het is belangrijk

om toegankelijke, inclusieve en privacyvriendelijke leeftijdscontrolemethoden te gebruiken. Voorbeelden zijn er,⁴⁹ maar de introductie ervan blijft achter. Hier ligt een taak voor de overheid om de ontwikkeling, het gebruik en de acceptatie van leeftijdsverificatie te stimuleren.

6.4 Hand in hand

Zonder wetshandhaving en toegang tot het recht komt het leeftijdsgeschikt ontwerp van digitaal spel onvoldoende van de grond. Verplichte en duidelijke richtlijnen voor leeftijdsgeschikt ontwerp en een op kinderen en ouders gerichte bewustwording van ontwerpen die kinderen uitbuiten of kunnen schaden, waarborgen de naleving van wettelijke verplichtingen om kinderen te beschermen. Dit is bijvoorbeeld mogelijk door uitbreiding van Kijkwijzer en PEGI.⁵⁰ Ook is van belang dat naast overheid en bedrijven alle andere belanghebbenden betrokken worden. Denk aan ngo's, onderwijs en wetenschap, maar natuurlijk ook ouders en kinderen zelf.

Referenties

1. Onder 'online platform' wordt verstaan een digitale dienst waar door gebruikers gegenereerde content wordt gedeeld; zie ook artikel 3(i) Digitale dienstenverordening (DDV). Meer in het algemeen wordt in het essay de term 'digitale dienst' gebruikt voor alle online aangeboden diensten, waaronder ook computerspellen die geen online platform zijn in de zin van de DDV.
2. Committee on the Rights of the Child, 'General Comment No. 17 (2013) on the Right of the Child to Rest, Leisure, Play, Recreational Activities, Cultural Life and the Arts (Art. 31)' www.refworld.org/docid/51ef9bcc4.html.
3. Committee on the Rights of the Child, 'General Comment No. 25 (2021) on Children's Rights in Relation to the Digital Environment' <https://docstore.ohchr.org/SelfServices/FilesHandler.ashx?enc=6QkG1d%2FPPrICAqhK-b7yhsqkirkQZLK2M58RF%2F5F0vEG%2BcAAx34gC78FwvnmZXGFUI9nJBDpKR1dfKekJxW2w7O%2B3nRpHZ-VnUfEO49xulgBmsRD7nyWwxR%2FYnlpnMdh>.
4. Verdoodt V, van der Hof S and Leiser M, 'Child Labour and Online Protection in a World of Influencers', The Regulation of Social Media Influencers (Edward Elgar Publishing 2020).
5. United Nations Committee on the Rights of the Child, 'UNCRC General Day of Discussion 1993, Economic Exploitation of Children' (1993) UN Doc CRC/C/20 <https://www.ohchr.org/sites/default/files/Documents/HRBodies/CRC/Discussions/Recommendations/Recommendations1993.pdf>; Hof S van der e.a., 'The Child's Right to Protection against Economic Exploitation in the Digital World' (2020) 28 The International Journal of Children's Rights 833.
6. Swepston, L., A Commentary on the United Nations Convention on the Rights of the Child, Article 32: Protection from Economic Exploitation (Brill: Nijhoff, 2012): www.brill.com/view/title/11644.
7. United Nations Committee on the Rights of the Child, UNCRC General Day of Discussion 1993, Economic Exploitation of Children: UN Doc CRC/C/20 (1993).
8. Rooij AJ van e.a., 'Behavioral Design in Video Games: A Roadmap for Ethical and Responsible Games That Contribute to Long-Term Consumer Health and Well-Being' (Trimbos institute, Eindhoven University of Technology & Leiden University 2021).
9. Zie voor een uitleg van onder meer het verdienmodel van Roblox: Investigation: How Roblox Is Exploiting Young Game Developers (Directed by People Make Games, 2021) <https://www.youtube.com/watch?v=gX-lauRB1EQ>; Roblox: Roblox Pressured Us to Delete Our Video. So We Dug Deeper. (Directed by People Make Games, 2021) <https://www.youtube.com/watch?v=vTMF6xEiAaY>.
10. Voor een uitleg van TikTok battles, zie www.bureaujeugdenmedia.nl/ouders/tiktok-gift-baiting/.
11. Verdoodt V, 'The Role of Children's Rights in Regulating Digital Advertising' (2019) 27 Int. J. Child. Rechten 455.
12. Ibid.
13. Valkenburg P.M., Schermgaande Jeugd (Amsterdam: Prometheus 2014), p.166-167.
14. Zie bijvoorbeeld artikel 3a.5 Mediawet gericht op in Nederland gevestigde aanbieders van een videoplatform.
15. Zoals aangemoedigd door de richtlijn audiovisuele mediadiensten, zie overwegingen 27 en 28. In Nederland zijn in dit verband vooral relevant de Kinder- en Jeugdreclamecode en de Reclamecode Social Media & Influencer Marketing van de Stichting Reclamecode, zie www.reclamecode.nl.
16. Supra noot 11.
17. Rooij AJ van e.a., 'Behavioral Design in Video Games: A Roadmap for Ethical and Responsible Games That Contribute to Long-Term Consumer Health and Well-Being' (Trimbos institute, Eindhoven University of Technology & Leiden University 2021).

Technology & Leiden University 2021).

18. Het essay gaat hier niet verder op in, maar het afsluiten van overeenkomsten door kinderen is in Nederland (en veel andere landen) op zich al aan regels gebonden, zie artikel 1:234 BW.
19. Het voorzorgbeginsel kan vereisen dat praktijken wettelijk worden verboden of op zijn minst beperkt wanneer ze ernstige vragen oproepen over het mogelijke risico van schade aan het welzijn van kinderen; zie Lievens E, 'Growing Up with Digital Technologies: How the Precautionary Principle Might Contribute to Addressing Potential Serious Harm to Children's Rights' (2021) 39 Nordic Journal of Human Rights 128.
20. ACM, 'Leidraad bescherming online consument, (Autoriteit Consument en Markt 2023) www.acm.nl/nl/publicaties/voorlichting-aan-bedrijven/acm-leidraad/leidraad-bescherming-online-consument.
21. Europese Commissie, Directorate-General for Justice and Consumers, Lupiáñez-Villanueva, F., Boluda, A., Bogliacino, F., et al., Behavioural study on unfair commercial practices in the digital environment: dark patterns and manipulative personalisation : final report , Publications Office of the European Union, 2022, <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/606365bc-d58b-11ec-a95f-01aa75ed71a1/language-en>.
22. Zie voor een uitgebreider overzicht: Zagal JP, Björk S and Lewis C, 'Dark Patterns in the Design of Games' (2013), https://my.eng.utah.edu/~zagal/Papers/Zagal_et_al_DarkPatterns.pdf.
23. Zie bijvoorbeeld 'Child Spends \$16K on iPad Game In-App Purchases' (AppleInsider, 14 December 2020) <<https://appleinsider.com/articles/20/12/13/kid-spends-16k-on-in-app-purchases-for-ipad-game-sonic-forces>>; "'My Son Spent £3,160 in One Game'" BBC News (15 July 2019) www.bbc.com/news/technology-48925623.
24. Rooij AJ van e.a., 'Behavioral Design in Video Games: A Roadmap for Ethical and Responsible Games That Contribute to Long-Term Consumer Health and Well-Being' (Trimbos institute, Eindhoven University of Technology & Leiden University 2021).
25. Ibid.
26. 'Addictive Behaviours: Gaming Disorder' www.who.int/news-room/questions-and-answers/item/addictive-behaviours-gaming-disorder.
27. Supra noot 24.
28. Hof S van der and others, "'Don't Gamble With Children's Rights"—How Behavioral Design Impacts the Right of Children to a Playful and Healthy Game Environment' (2022) 4 Frontiers in Digital Health www.frontiersin.org/articles/10.3389/fdgth.2022.822933.
29. Zie bijvoorbeeld: Kritiek op TikTok om battles: 'Het is gewoon geld schooiën, NOS, 22 maart 2022, <https://nos.nl/artikel/2419547-kritiek-op-tiktok-om-battles-het-is-gewoon-geld-schooiën>.
30. Afdeling Bestuursrechtspraak 9 maart 2022, 202005769/1/A3, E.A. Inc. v. KSA, www.raadvanstate.nl/uitspraken/@130150/202005769-1-a3/. Ze kunnen mogelijk wel vallen onder de eerder behandelde Wet oneerlijke handelspraktijken of Digitale Diensten Verordening als er sprake is van misleidend ontwerp of andere oneerlijke handelspraktijken.
31. Kim HS and others, 'Do Social Casino Gamers Migrate to Online Gambling? An Assessment of Migration Rate and Potential Predictors' (2015) 31 Journal of Gambling Studies 1819
32. Zendle D, Meyer R, Over H. Adolescents and loot boxes: links with problem gambling and motivations for purchase. R Soc Open Sci. (2019) 6:190049. doi: 10.1098/rsos.190049; González-Cabrera J, Basterra-González A, Montiel I, Calvete E, Pontes HM, Machimbarrena JM. Loot boxes in Spanish adolescents and young adults: Relationship with internet gaming disorder and online gambling disorder. Comput Human Behav. (2022) 126:107012. doi: 10.1016/j.chb.2021.107012.
33. Anteproyecto de Ley por el que se regulan los mecanismos aleatorios de recompensa asociados a productos de software interactivo de ocio, <https://www.consumo.gob.es/sites/consumo.gob.es/files/BORRADOR%20APL%20Y%20MAIN%20MECANISMOS%20ALEATORIOS%20RECOMPENSA%20010722.pdf>.

34. Wetsvoorstel LA 42/2022 tot wijziging van artikel 2 van de Loterijwet, www.eduskunta.fi/FI/vaski/Lakialoite/Sivut/LA_42+2022.aspx?TSPD_101_R0=08d2c9383aab2000acab3c4efd44b76b21e7bf5398ccdcf78ca56c070f1affbe-4f4b618363036cd089e76785414300093487804333d95bfa69f7d9b48a703b8499e83469533c708d232bdef538ea801bb-da89085d233a09db93d381d3b35ce1
35. 'Onderzoeksrapport loot boxen' (Kansspelcommissie 2018) <https://gamingcommission.paddlecms.net/sites/default/files/2021-02/2018%20Rapport%20-%20Loot%20boxen%20%28NL%29.pdf>.
36. Motie van het lid Bontenbal c.s. over loot boxes in videogames ook in Nederland verbieden, Kamerstukken II, Vergaderjaar 2021-2022, 26 643, nr. 881.
37. Hof S van der and others, 'The Child's Right to Protection against Economic Exploitation in the Digital World' (2020) 28 The International Journal of Children's Rights 833.
38. Zie over schadelijk content in deze serie het essay 'Het recht op bescherming tegen schadelijke content' van Tiffany van Stormbroek, www.unicef.nl/digitale-leefomgeving-kinderen#wetenschappelijke.
39. Marr MD, Kaplan KS, Lewis NT. System and Method for Driving Microtransactions in Multiplayer Video Games. US Patent 9,789,406 B2 (2016), <https://patentimages.storage.googleapis.com/f9/c9/77/b0b7cfc6883c41/US20160005270A1.pdf>.
40. Livingstone S and Stoilova M, 'The 4Cs: Classifying Online Risk to Children' (Leibniz-Institut Für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut (HBI) 2021) www.ssoar.info/ssoar/handle/document/71817; OECD, 'Children in the Digital Environment- Revised Typology of Risks' (2021).
41. Article 29 Data Protection Working Party, 'Opinion 02/2013 on Apps on Smart Devices' https://ec.europa.eu/justice/article-29/documentation/opinion-recommendation/files/2013/wp202_en.pdf.
42. Artikel 29 Groep Gegevensbescherming, Richtsnoeren inzake geautomatiseerde individuele besluitvorming en profilering voor de toepassing van Verordening (EU) 2016/679 (2018), WP 251 rev.01 <https://ec.europa.eu/newsroom/article29/items/612053>.
43. Zie in dit verband bijvoorbeeld het initiatief van de Europese Commissie voor een 'Fitness Check of EU consumer law on digital fairness', <https://commission.europa.eu/law/law-topic/consumer-protection-law/review-eu-consumer-law_en>. Recent riep het Europees Parlement in een Resolutie op tot het reguleren van addictive design in digitale diensten, European Parliament Resolution of 12 December 2023 on Addictive Design of Online Services and Consumer Protection in the EU Single Market (2023/2043(INI)), www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2023-0459_EN.html.
44. A Call to Action from Children and Young People to the Private Sector on Child Online Protection, 2022 www.unicef.org/eap/media/12051/file.
45. Zeer grote online platforms zijn onder de DDV verplicht om een impact assessment te doen waarmee ook de risico's voor kinderen en hun rechten en effectiviteit van mitigerende maatregelen in kaart worden gebracht (artikel 34 en 35 DDV). Meer in het algemeen hebben online platforms een zorgplicht gericht op de bescherming van kinderen (artikel 28 DDV).
46. In opdracht van het Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties is hiervoor een model ontwikkeld door de Universiteit Leiden en Considerati dat binnenkort wordt gepubliceerd.
47. Zie www.codevoorkinderrechten.nl/. Inmiddels wordt er gewerkt aan een bijgewerkte versie. In de Europese Unie is de ontwikkeling van een EU Age Appropriate Design Code van start gegaan, <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/group-age-appropriate-design>.
48. CEN-CENELEC Age Appropriate Digital Services Framework, https://www.cencenelec.eu/media/CEN-CENELEC/CWAs/ICT/cwa18016_2023.pdf. Zie ook IEEE Standard for an Age Appropriate Digital Services Framework Based on the 5Rights Principles for Children, <https://ieeexplore.ieee.org/document/9627644>.
49. Zie bijvoorbeeld: www.yivi.app. Zie hierover ook: CNIL, Online age verification: balancing privacy and the protection of minors (2022), www.cnil.fr/en/online-age-verification-balancing-privacy-and-protection-minors.
50. PEGI geeft leeftijdsclassificaties voor videospellen waaronder informatie over gokken en in app-aankopen; zie verder <https://pegi.info/nl>.

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

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

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



Universiteit
Leiden

Kennisnet

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



voor ieder kind

UNICEF Nederland

Bezuidenhoutseweg 74
2594 AW Den Haag

088 444 9650

info@unicef.nl

www.unicef.nl