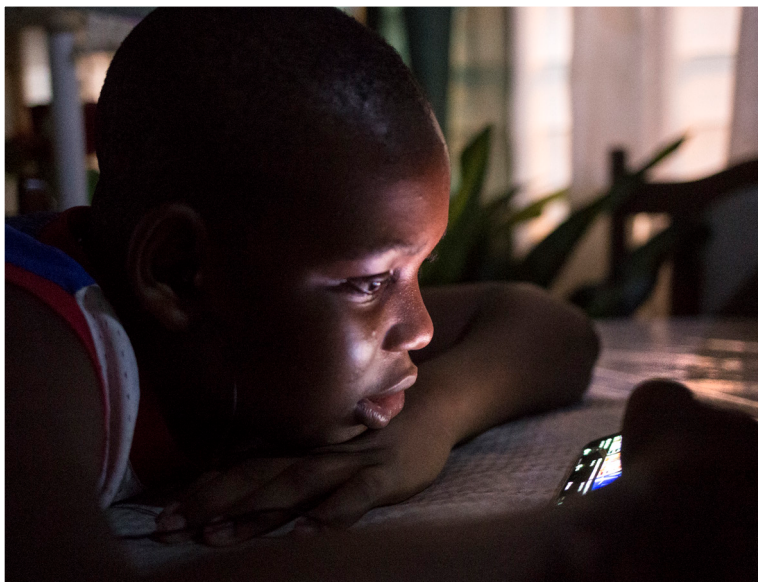




INTERNETSKIE VIDEOIGRE I PRAVA DJECE:

Preporuke industriji internetskih videoigara za procjenu utjecaja na djecu



Zahvale

Ovaj dokument pripremili su Milka Pietikäinen, neovisna savjetnica i direktorica društva Threefold Sustainability Services, i Erik Nyman iz UNICEF-ova Odjela za dječja prava i poslovanje, u suradnji s Danielom Kardefelt-Winterom iz UNICEF-ova Ureda za istraživanje – Innocenti. Širok spektar dionika iz privatnog i javnog sektora, civilnog društva i akademske zajednice također je dao svoj doprinos ovom dokumentu. Na njihovim vrijednim doprinosima UNICEF posebno zahvaljuje Josianne Galea Baron iz UNICEF-ova Odjela za prava djece i poslovanje, Sari Jacobstein iz Američke fondacije za UNICEF, Lulu Li iz Švedskog odbora za UNICEF, Andrewu Mawsonu iz UNICEF-ova Odjela za prikupljanje sredstava i za partnerstva s privatnim sektorom (PFP) te Emmi Day iz UNICEF-ova Regionalnog ureda za istočnu Aziju i Pacifik. UNICEF također zahvaljuje i na doprinosima iz industrijskog sektora, koje su dali Christin Hertzberg iz Modern Times Group, MTG AB, Dieter Carstensen iz grupe LEGO te Europski savez programera igara (EGDF).

Dizajn i grafičko oblikovanje: Big Yellow Taxi, Inc.

Autori naslovnih fotografija: (odozgo prema dolje, slijeva nadesno) © UNICEF/UN014979/Estey; © UNICEF/UN046033/Gilbertson VII Photo; © UNICEF/UNI304647/Ma; © UNICEF/UN0345667/LeMoyne; © UNICEF/UNI220247/Pancic

Autorska prava i izjava o odricanju:

Sva prava na ovaj dokument pripadaju Fondu Ujedinjenih naroda za djecu (UNICEF-u). Ni jedan dio ovog dokumenta ne smije se kopirati ili ponovno distribuirati bez prethodnog pisanog dopuštenja UNICEF-a.

UNICEF ne potvrđuje točnost informacija niti stavove iznesene na navedenim internetskim stranicama koje nisu UNICEF-ove.

© Fond Ujedinjenih naroda za djecu (UNICEF), travanj 2020.

Izdavač prevedenog izdanja: Ured UNICEF-a za Hrvatsku, kolovoz 2023.

ISBN 978-953-7702-81-6

INTERNETSKE VIDEOIGRE I PRAVA DJECE:

Preporuke
industriji internetskih videoigara
za procjenu utjecaja na djecu

Contents

Zahvale.....	2	Opće preporuke:.....	18
Uvodna riječ.....	3	Sprječavanje mamljenja i razmjene materijala vezanih za seksualno iskorištavanje i zlostavljanje djece.....	18
Uvod.....	5	Suradnja s policijom i ostalim dionicima.....	19
Kako koristiti ove preporuke.....	5	2.6 Utjecaj komercijalnih praksi.....	19
1. Temeljna načela.....	7	Opće preporuke:.....	20
2. Preporuke za industriju.....	8	Kupnja unutar igre.....	21
2.1 Zdrave granice igre (vrijeme igranja).....	8	Oglašavanje.....	21
Davanje smjernica roditeljima i djeci.....	8	Upotreba podataka o igračima.....	22
Zdravo igranje kroz dizajn igara.....	9	Politike privatnosti.....	23
Pitanja za profesionalne esports timove i organizatore događanja.....	10	Pitanja za esports timove, organizatore događanja, <i>streaming</i> platforme i sponzore esportsa i <i>streamera</i>	23
2.2 Inkluzivnost i zastupljenost.....	10	3. Smjernice za sveobuhvatniji i strukturiraniji pristup.....	24
Opće preporuke:.....	11	3.1 Politike.....	24
Politike kompanija.....	11	Ključna pitanja:.....	24
Pitanja za profesionalne esports timove i organizatore događanja.....	12	3.2 Upravljanje.....	25
2.3 Toksična okruženja.....	13	Ključna pitanja:.....	25
Opće preporuke:.....	13	3.3 Dužna pažnja i ispravljanje štete.....	25
Smjernice za zajednicu i pravila ponašanja.....	13	3.4 Izvještavanje i transparentnost.....	25
Postupanje u slučajevima neprikladnog ponašanja.....	14	Prilog A – Međunarodni okviri relevantni za prava djeteta.....	26
Pitanja za servise za internetski prijenos (tzv. <i>Streaming</i> servise) i esports timove.....	15	Prilog B – Dodatne referencije.....	27
2.4 Dobne granice i provjera dobi.....	15		
Preporučeni uzrast i ograničenja.....	16		
Provjera dobi i roditeljska suglasnost.....	17		
Pitanja za <i>streaming</i> i esports servise.....	17		
2.5 Zaštita od mamljenja i seksualnog zlostavljanja.....	18		



Uvodna riječ

Danas industrija internetskih videoigara ubrzano raste jer djeca diljem svijeta preferiraju digitalne igre i iskustva, te im daju prednost nad drugim vrstama zabave.

Internetske videoigre pružaju djeci priliku da razviju vještine suradnje s drugima i povežu se s prijateljima diljem svijeta. No kao i kod drugih internetskih aktivnosti u koje su djeca uključena, ona mogu doživjeti negativna iskustva i tijekom igranja videoigara. Stoga kompanije iz industrije videoigara imaju odgovornost da oblikuju svoje platforme na načine koji će u što većoj mjeri dovesti do pozitivnih utjecaja na djecu, a negativne svesti na minimum.

Ove preporuke finalizirane su tijekom početne faze pandemije COVID-19, kada su se provodile mjere fizičkog distanciranja diljem svijeta. Te su mjere doprinijele popularnosti internetskih videoigara među svim dobnim skupinama pokazujući da su videoigre glavni način zabave u 21. stoljeću.

UNICEF surađuje s kompanijama iz različitih industrija na podizanju svijesti o utjecaju poslovanja na djecu te radi na poticanju aktivnosti na dobrobit djece. Mnogi industrijski sektori i regulatorna tijela prepoznali su svoju odgovornost u poticanju društvenih promjena, posebno tijekom pandemije.

Pitanja vezana uz prava djece, koja bi kompanije koje se bave internetskim videoigramima trebala razmotriti, uključuju uspostavljanje zdravih vremenskih granica igranja, osiguravanje uključivosti i raznolikosti, izbjegavanje toksičnih okruženja, primjenu dobnih granica i provjere dobi, borbu protiv mamljenja i seksualnog zlostavljanja te upravljanje komercijalnim utjecajem.

Preporuke iznesene u ovom dokumentu imaju za cilj pružiti smjernice i podršku kompanijama koje se bave internetskim videoigramima kroz proces uključivanja pitanja vezanih uz prava djece u njihove poslovne aktivnosti. Temelje se na istraživanju postojećih dobrih praksi u industriji te na suradnji, konzultacijama i dijalozima s brojnim dionicima iz industrije videoigara.

Tema su preporuka i prednosti internetskih videoigara, ali i potencijalni rizici i opasnosti povezani s njima. Ove preporuke trebale bi pružiti smjernice industriji videoigara za procjenu i razumijevanje njihova utjecaja na prava djece, s ciljem pružanja najboljeg mogućeg iskustva za svu djecu koja žele uživati u igranju igara na internetu.

Wivina Belmonte

glavna savjetnica za partnerstva,
UNICEF-ov Odjel za prikupljanje sredstava
i partnerstva s privatnim sektorom (PFP)



© UNICEF/UNI209795/KARIMOVA

Predgovor

Kako bi se istražili i pozitivni i potencijalno negativni utjecaji igranja internetskih videoigara na djecu, u kolovozu 2019. UNICEF Innocenti i UNICEF-ov Odjel za prava djece i poslovanje objavili su [Dokument za raspravu o pravima djeteta i internetskim videoigramama](#) kao dio serije sličnih radova koji se bave pitanjima prava djece u digitalnom sektoru. UNICEF je tijekom pripreme i nakon objave ovog dokumenta intenzivno surađivao s industrijom videoigara kako bi bolje razumio rizike i prilike vezane uz prava djece, kako bi prepoznao najbolje prakse i lidere u sektoru te kako bi ponudio okvir temeljen na dječjim pravima, a da bi industrija razumjela svoje utjecaje na djecu i upravljala njima.

Mnoge kompanije izrazile su želju za praktičnim preporukama koje bi im pomogle da unaprijede svoj pristup dječjim pravima kroz svakodnevne poslovne prakse. Autori ovog dokumenta pronašli su primjere odgovornih praksi kod nekoliko kompanija – poput roditeljskih kontrola, oznaka za preporučenu dob, moderiranja zajednice i alata za prijavu neprimjerenog ponašanja. Ti su primjeri poslužili kao inspiracija za preporuke u ovom dokumentu, koje imaju za cilj promicanje sveobuhvatnijeg i dosljednijeg usvajanja odgovornih praksi prema djeci.



The UNICEF-ov radni dokument za raspravu na temu prava djece i internetskih videoigara primjenjuje okvir dječjih prava na industriju internetskih videoigara i donosi teme za raspravu kako bi se potaknula diskusija i suradnja među različitim dionicima. Namijenjen je kompanijama koje se bave internetskim videoigramama, a obrađuje širok skup tema uključenih u ovaj dokument s preporukama, uz pregled najboljih praksi u sektoru i uvod u ekosustav internetskih videoigara.



Uvod

Industrija internetskih videoigara¹, kao digitalna industrija koja stvara interaktivna iskustva, susreće se s raznim izazovima i prilikama, poput drugih industrija na internetu, ali ima i svoje specifičnosti, posebno u vezi s nekim od modela za stvaranje prihoda. Ovaj dokument upućuje na postojeće, detaljnije vodiče o pitanjima u vezi s pravima djece relevantnim za digitalni sektor u slučajevima kada su dostupni i primjenjivi na kompanije za internetske igre. Ove preporuke fokusiraju se na pitanja koja su jedinstvena za kompanije iz industrije videoigara ili na zajednička pitanja koja su od najveće važnosti za sektor.

Industrija internetskih videoigara sastoji se od kompanija svih veličina – od velikih i poznatih multinacionalnih korporacija do malih razvojnih tvrtki (tzv. *start-up* tvrtki). Njezin ekosustav obuhvaća kompanije koje stvaraju igre, izdavače, distributere, servise za internetski prijenos (tzv. *streaming* servise), esport organizatore i timove te kompanije koje razvijaju operativne sustave za uređaje za igre.

Kako bi preporuke iz ovog dokumenta bile praktične i pristupačne kompanijama različitih veličina s različitim razinama resursa, te kako bi se mogle prilagoditi bilo kojoj ulozi kompanije u širem ekosustavu videoigara, predstavljene su u obliku pitanja. Namjera je da sve kompanije koje se bave videoigrama mogu razmotriti ova pitanja u svojem specifičnom kontekstu i uloziti. S obzirom na različite kontekste, neće se svako pitanje odnositi na sve kompanije.

Svaki odjeljak počinje pregledom problema, uz upućivanje na relevantne članke Konvencije o pravima djeteta (dalje u tekstu: Konvencija). Prvo su dane opće preporuke, nakon čega slijede daljnja pitanja grupirana po temama. Svaki pododjeljak daje uvod i objašnjava zašto određena tema zaslužuje posebnu pozornost sa stajališta prava djeteta.

Preporuke slijede strukturu UNICEF-ova Dokumenta za raspravu o pravima djeteta i internetskim videoigrama, a raspored preporuka odražava njihovu važnost za sektor. U drugom i trećem odjeljku nalaze se opće smjernice za kompanije koje žele provesti formalniji i dosljedniji pristup prepoznavanju rizika i prilika u vezi s pravima djece u svojim poslovnim aktivnostima. Sve preporuke

temelje se na međunarodnim okvirima za ljudska prava i drugim instrumentima koji potiču kompanije da razmotre svoju ulogu u poštovanju prava djece. Ti okviri i instrumenti navedeni su u Prilogu A. Prilog B sadrži dodatne referencije i izvore.

U dokumentu se ne navode najbolje prakse pojedinačnih kompanija jer bi to zahtijevalo detaljnu evaluaciju svake pojedinačne prakse.

Ove su preporuke kreirane kako bi pomogle različitim kompanijama iz industrije videoigara – kompanijama koje kreiraju igre, izdavačima, distributerima, platformama, esport kompanijama i streaming servisima – da bolje razumiju i upravljaju utjecajima svojih poslovnih aktivnosti na djecu.

KAKO KORISTITI OVE PREPORUKE

Ove su preporuke kreirane kako bi pomogle različitim kompanijama iz industrije videoigara – kompanijama koje kreiraju igre, izdavačima, distributerima, platformama, esport kompanijama i *streaming* servisima – da bolje razumiju i upravljaju utjecajima svojih poslovnih aktivnosti na djecu.

Kompanije mogu proći kroz sva pitanja kako bi provjerile svoj cjelokupni pristup i odredile prioritete na temelju najvećih nedostataka ili uočenih prilika za unaprjeđenje. Kompanije se također mogu fokusirati na određeni odjeljak ili na temu koju smatraju najnužnijom, najbitnijom ili od najvećeg interesa za svoje poslovanje.

Veće kompanije mogu određenim zaposlenicima/timovima dodijeliti pitanja koja su za njih najrelevantnija – dizajnerima, *community managerima*, upraviteljima sigurnosti, zaposlenicima koji se bave javnim politikama i sl. Ti zaposlenici/timovi mogu razmotriti kako se preporuke mogu provesti u praksi, na koje bi procese utjecale i koji bi resursi bili potrebni za njihovo provođenje.

¹ U ovom se dokumentu izraz „industrija internetskih videoigara” odnosi na industriju koja stvara i isporučuje videoigre digitalnim putem. Izraz „gaming” odnosi se na igranje videoigara. Upotreba izraza „gaming” (”igranje”) u ovom dokumentu razlikuje se od njegove primjene u kontekstu igara na sreću.



© UNICEF/UNI170297/MAWA

Svim kompanijama, ali možda posebno malim i razvojnim (*start-up*), kao i obrazovnim institucijama na kojima se uči programiranje igara, ove preporuke skreću pozornost na važnost uključivanja značajki sigurnosti i privatnosti u njihove prakse i procese izrade igara od samog početka.

Važno je naglasiti da ove preporuke ne uključuju sve moguće rizike za djecu i da se ne bi trebale koristiti kao jedini kriterij za procjenu usklađenosti poslovanja s pravima djece.

U nekim zemljama lokalni zakoni mogu biti stroži od preporuka u ovom dokumentu. Isto tako, kompanije mogu procijeniti da ih postojeći zakoni ograničavaju u vezi s poduzimanjem mjera u nekim drugim područjima utjecaja na djecu. Smjernice za takve situacije navedene su u UN-ovim Vodećim načelima o poslovanju i ljudskim pravima.²

Industrija internetskih videoigara ima veliku priliku da proaktivno pokuša razumjeti kako utječe na djecu i da osmisli rješenja koja štite djecu, ali i stvaraju pozitivne ishode kod djece koja igraju igre na internetu. Prilikom razmatranja ovih preporuka kompanije bi također trebale razmotriti svoju sposobnost da kontroliraju i promijene vlastite prakse, ali i svoju moć da utječu na šira pitanja ili da potaknu drugedionike u industriji na pozitivne promjene. Na primjer, nositelji licencije i distributeri te proizvođači uređaja za igranje imaju

veliku moć da zahtijevaju od svojih partnera i suradnika da poštuju dječja prava.



UNICEF i Međunarodna telekomunikacijska unija (MTU) objavili su **smjernice, alate i materijale za zaštitu djece na internetu** namijenjene širem sektoru informacijsko - komunikacijskih tehnologija (IKT). Smjernice obuhvaćaju različite teme i pitanja relevantna za različite djelatnosti unutar IKT sektora. Također, daju prijedloge politika koje bi kompanije trebale usvojiti, smjernice o tome kako postupati s materijalima koji se odnose na seksualno zlostavljanje djece, kako stvoriti sigurnija digitalna okruženja, kako educirati djecu, roditelje i učitelje te kako poticati sudjelovanje djece u društvu putem digitalnih alata.

2 https://www.ohchr.org/documents/publications/guidingprinciplesbusinesshr_en.pdf



1. Temeljna načela

Nekoliko je temeljnih načela koja čine osnovu svih preporuka u ovom dokumentu.

1. Djeca imaju posebna prava do navršene 18. godine života, bez obzira na zakonske okvire. Ne bi ih trebalo tretirati jednako kao odrasle kada navrše dob u kojoj im više ne treba roditeljska/starateljska privola za pristup digitalnim sadržajima, bez obzira na to o kojoj se dobi radi.³ Kompanije bi o tome trebale voditi računa i posebno zaštititi sve osobe mlađe od 18 godina u skladu s međunarodnim standardima i normama.
2. Ove se preporuke ne odnose samo na kompanije koje rade internetske videoigre namijenjene djeci, već na sve kompanije iz industrije videoigara jer djeca svih uzrasta igraju sve igre, uključujući i one namijenjene odraslima.⁴ Imajući u vidu lošu efikasnost trenutnih procesa za verifikaciju uzrasta, kompanije bi trebale voditi računa o tome da će i djeca možda igrati njihove igre, te bi stoga trebale razmotriti rizike za djecu.

Ove preporuke pozivaju kompanije da obrate posebnu pozornost i brinu se o zaštiti svih osoba mlađih od 18 godina u skladu s međunarodnim standardima i normama.

3. Dječja prava trebaju se razmotriti imajući na umu razvojne sposobnosti djece.⁵ Djeca se mijenjaju i rastu te postaju sve sposobnija ostvarivati svoja prava na internetu i izvan njega. Kompanije bi trebale pronaći rješenja koja se mogu prilagođavati djeci kako ona

Prava djeteta, kao i sva ljudska prava, univerzalna su i neotuđiva, nedjeljiva, međusobno ovisna i povezana. To znači da zaštita određenih prava ne smije dovesti do kršenja nekih drugih prava.

i njihove sposobnosti sazrijevaju, umjesto uvođenja samo jednog, općeg starosnog nivoa koji predstavlja granicu za mogućnost ili nemogućnost sudjelovanja djece. Osim toga, kompanije bi trebale u ovu temu uključiti i one koji se brinu o djeci, kao što su roditelji i skrbnici.

4. Prava djeteta, kao i sva ljudska prava, univerzalna su, neotuđiva, nedjeljiva, međusobno ovisna i povezana. To znači da zaštita određenih prava ne smije dovesti do kršenja drugih prava. Izazov je stoga štiti djecu od štetnog sadržaja boljim sustavima provjere dobi, a da se pritom ne krše njihova prava na privatnost. Holistički pristup dječjim pravima podrazumijeva da se kompanije ne bi trebale baviti isključivo rizicima i zaštitom djece, već i njihovim osnaživanjem kroz pristup i slobodu izražavanja, a također i njihovim pravom da se igraju i uživaju u kulturi, što predstavljaju važna prava za područje internetskih igara.⁶
5. Preporuke u ovom dokumentu vode se načelom najboljeg interesa djeteta, koje govori da se prilikom donošenju svih odluka koje utječu na dijete primarno mora voditi računa o najboljem interesu djeteta na osnovi informacija dobivenih, između ostalog, ali ne isključivo, na temelju djetetovih vlastitih mišljenja i želja.⁷

3 U članku 1. Konvencije o pravima djeteta djeca su definirana kao sve osobe mlađe od 18 godina, osim ako nije drukčije određeno nacionalnim zakonom.

4 Na primjer: <<https://www.internetmatters.org/hub/research/parenting-generation-game-report/>> i <<https://statensmedierad.se/download/18.7b0391dc15c38ffbccd9a238/1496243409783/Ungar+och+medier+2017.pdf>> (p. 45).

5 Članak 5. Konvencije o pravima djeteta: „...radi osiguranja odgovarajućeg usmjeravanja i vođenja djeteta u korištenju prava priznatih ovom Konvencijom, a u skladu s razvojnim sposobnostima djeteta...”

6 UNICEF-ov Dokument za raspravu o pravima djeteta i videoigrama na internetu nudi pregled članaka Konvencije o pravima djeteta koji su najrelevantniji za ovo područje, a dostupan je na: <https://www.unicef-irc.org/files/upload/documents/UNICEF_CRBDigitalWorldSeriesOnline_Gaming.pdf>.

7 Članak 3. Konvencije o pravima djeteta: „U svim akcijama (...) u vezi s djecom (...) mora se prvenstveno voditi računa o interesima djeteta.”

2. Preporuke za industriju

2.1 ZDRAVE GRANICE IGRE (VRIJEME IGRANJA)

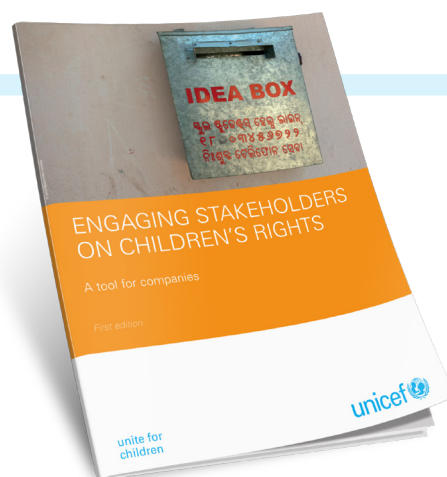
Pravo djece na slobodno vrijeme, sudjelovanje u igri i kulturnom životu (članak 31. Konvencije) važno je za područje internetskih videoigara. Koliko svog slobodnog vremena djeca provode u digitalnom svijetu tema je o kojoj se sve više razgovara, a posebno se izražava zabrinutost u vezi sa zdravstvenim (članak 24. Konvencije) implikacijama prekomjernog igranja videoigara na djecu.

Sve inicijative koje potiču razgovor između roditelja i djece o igranju videoigara i koje potiču roditelje da se upoznaju s hobiem svoje djece mogu doprinijeti boljim rezultatima za sve u mnogim područjima predstavljenim u ovim preporukama.

Zadržavanje igrača s pomoću zanimljivog sadržaja primarni je cilj svake kompanije koja izrađuje i objavljuje igre – korisnici koji uživaju u iskustvu igranja vratit će se i kupiti nove proizvode, te je veća vjerojatnost da će potrošiti novac u igri. Pronalaženje prave ravnoteže između pružanja zanimljivog doživljaja i stvaranja prihoda ključno je pitanje koje bi trebale razmotriti kompanije iz industrije videoigara. Kako bi pronašle tu ravnotežu, kompanije će se morati osloniti na povratne informacije dobivene od svoje zajednice igrača i prema tome prilagođavati svoje pristupe. S obzirom na to da se radi o području u kojem djeca zaslužuju posebnu pozornost, jer se još uvijek uče ponašati umjereno, važno je da se kompanije konzultiraju s djecom na način prikladan njihovom uzrastu i da pokušaju razumjeti što je u najboljem interesu djece. Više informacija za poslovni sektor o savjetovanju s djecom možete pronaći u UNICEF-ovu alatu „Uključivanje dionika u prava djece”.⁸

Konvencija ističe da djeca imaju pravo na izražavanje svog mišljenja o stvarima koje ih se tiču (članak 12. Konvencije) i da tim mišljenjima treba posvetiti pozornost u skladu s godinama života i zrelošću djeteta. Sve inicijative koje potiču razgovor između roditelja i djece o igranju videoigara i koje potiču roditelje da se upoznaju s hobiem svoje djece mogu doprinijeti boljim rezultatima za sve u mnogim područjima predstavljenim u ovim preporukama.

Na ova pitanja može se odgovoriti iz perspektive kompanije koja radi igre, iz perspektive izdavača, iz perspektive distributera i iz perspektive platformi (u nekim slučajevima na pitanja se može odgovoriti u smislu zahtjeva koje izdavač, distributer ili platforma mogu postaviti za igre koje reklamiraju, prodaju i od kojih ostvaruju prihod).



Ovaj alat nudi smjernice kompanijama za uključivanje relevantnih dionika u rad na pravima djece kroz unapređivanje standarda i praksi na korporativnoj razini i na razini igara. Uključivanje dionika može pomoći u prikupljanju informacija za izradu politika i procesa dubinske provjere utjecaja na ljudska prava (utvrđivanje stvarnih i potencijalnih utjecaja na ljudska prava, uključivanje i djelovanje temeljem rezultata, praćenje napretka i izvješćavanje o rezultatima) i u razvoju mehanizama za pritužbe i ispravljanje pogrešaka. Uključivanje dionika također može utjecati i na širu strategiju održivosti i dugoročne ciljeve kompanije.

⁸ https://www.unicef.org/csr/css/Stakeholder_Engagement_on_Childrens_Rights_021014.pdf



DAVANJE SMJERNICA RODITELJIMA I DJECI

Roditelji imaju primarnu odgovornost za uspostavljanje ravnoteže u aktivnostima svoje djece, pri čemu djeci treba davati sve veću autonomiju kako sazrijevaju. Kompanije iz industrije videoigara mogu potaknuti roditelje da se pridruže svojoj djeci u hobi igranja igara i da bolje razumiju prikladnost sadržaja igre za dijete ili kako igre funkcioniraju, kao i da zajedno s djetetom odrede vremenska ograničenja za igranje igara. To može pomoći roditeljima da pozitivnije gledaju na hobi svog djeteta i dovesti do veće vjerojatnosti da dijete kaže roditeljima za negativna iskustva s kojima se susretnu.

- 2.1.1.** Dajete li smjernice (ili upućujete na postojeće smjernice drugih u ekosustavu) roditeljima i skrbnicima kako da zajedno s djecom postave pravila i ograničenja za zdravo igranje videoigara? Jeste li razmišljali o tome kako bi konkretno izgledao zdrav način igranja vaših videoigara?
- 2.1.2.** Potiču li vaše smjernice (ili smjernice na koje upućujete) roditelje da razgovaraju s djecom o videoigramima i odgovarajućim pravilima o vremenu igranja? Potiču li te smjernice roditelje da uzmu u obzir stupanj razvoja i zrelosti djeteta (na primjer, da nauče djecu da sama vode računa o vremenu koje provode u igri ili da se dogovore koliko igara/razina mogu odigrati umjesto da postavljaju stroga vremenska ograničenja)?
- 2.1.3.** Imate li uspostavljena rješenja za roditeljski nadzor, odnosno jesu li vaše videoigre kompatibilne s rješenjima za roditeljski nadzor na razini platformi, a koja su prikladna za različite dobne skupine djece i koja omogućuju roditeljima da zajedno s djetetom upravljaju vremenom igranja?
- 2.1.4.** Omogućuju li rješenja koja pružate za roditeljski nadzor, ili rješenja za roditeljski nadzor na razini platformi s kojima su vaše videoigre kompatibilne, skaliranje ili prilagođen pristup kao bi se uzele u obzir potrebe i sposobnosti djece koje se mijenjaju kako ona rastu i sazrijevaju?⁹
- 2.1.5.** Provodite li vi, ili bilo koja organizacija čiji ste član, istraživanja među korisnicima ili

savjetovanja s roditeljima ili djecom kako biste dobili njihove povratne informacije o svojim uslugama (uključujući podatke o tome kolikodobre rješenja za roditeljski nadzor rješavaju izazove u vezi sa zdravim vremenom za igru i koliko vaše igre potiču djecu na prekomjerno igranje)?

- 2.1.6.** Osim roditeljskog nadzora, imate li druge načine na koje igrači, uključujući djecu, mogu odrediti vremenska ograničenja / ograničenja sesija igranja? Promovirate li takve mjere aktivno?

ZDRAVO IGRANJE KROZ DIZAJN IGARA

Postoje brojni načini na koje kompanije iz industrije videoigara mogu promicati zdravo igranje i suzdržavati se od poticanja pretjeranog igranja kroz dizajn igara. Kao i kod komercijalnog utjecaja (vidjeti poglavlje 2.6), djeca mogu više nego odrasli biti podložna tehnikama koje za cilj imaju usmjeravanje ponašanja, stoga to zahtijeva posebno razmatranje.

- 2.1.7.** Razmišljate li prilikom dizajniranja videoigara o tehnikama koje podržavaju korisnike da razviju zdrave navike igranja i da nauče upravljati vremenom koje provode igrajući?
- 2.1.8.** Koristite li nagrade ili druge „tehnike poticanja“ kako biste potaknuli igrače da nastave igrati ili da se vraćaju videoigri u redovitim intervalima? Jesu li ta razdoblja i intervali razumni? Mogu li djeca lako prepoznati tehnike koje upotrebljavate i odoljeti im?
- 2.1.9.** Jesu li vaše videoigre osmišljene tako da dužine sesija budu razumne?
- 2.1.10.** Jesu li vaše videoigre dizajnirane tako da ne stavljaju igrača u nepovoljan položaj zato što provodi manje vremena u igri?
- 2.1.11.** Potiče li vaša videoigra igrače na pauze (npr. s pomoću upozorenja ili nagrada)?
- 2.1.12.** Stvarate li mogućnosti za opuštanje i neaktivnost igrača u svojim igrama?
- 2.1.13.** Sadrže li vaše igre elemente virtualne stvarnosti? Ako ih sadrže, uzimate li u obzir specifične rizike za djecu i njihov razvoj s obzirom na to da je provedeno vrlo malo istraživanja o utjecaju virtualne stvarnosti na djecu?

⁹ „Iako roditeljski nadzor može biti prikladan za malu djecu koja su manje sposobna usmjeravati i kontrolirati svoje ponašanje na internetu, takav je nadzor teže opravdati za adolescente koji žele istraživati teme poput seksualnosti, politike i religije. [...] Važno je napomenuti da roditeljski nadzor također može spriječiti dijete da potraži pomoć ili savjet izvana u vezi s problemima kod kuće.“ (UNICEF-ov Dokument za raspravu o privatnosti, zaštiti osobnih podataka i ugleda, str. 17, dostupno na <https://www.unicef.org/csr/css/UNICEF_CRB_Digital_World_Series_PRIVACY.pdf>.)



PITANJA ZA PROFESIONALNE ESPORT TIMOVE I ORGANIZATORE DOGAĐANJA

Ako vaš esports tim, liga ili događanje prihvaćaju igrače i sudionike mlađe od 18 godina, potrebno je poduzeti posebne mjere kako bi se osiguralo da djeca razumiju svoja prava te da su zadovoljene njihove obrazovne, tjelesne i mentalne potrebe.

2.1.14. Jeste li uveli neka posebna ograničenja u vezi s esports igračima koji su djeca (mlađi od 18) u pogledu toga koliko sati dnevno mogu vježbati ili koristiti servise za internetski prijenos (*streamati*)?

2.1.15. Uključuju li vaši pravilnici i ugovori sa svim igračima mlađim od 18 godina posebne odredbe kojima bi se osiguralo zadovoljenje obrazovnih potreba, tjelesno i mentalno zdravlje, pristup obiteljskoj podršci te zaštita od zlostavljanja?¹⁰



Japanski odbor za UNICEF je objavio Načela o pravima prava djece u sportu koja navode 10 očekivanja od sportskih organizacija, sponzora, odraslih sportaša, roditelja i skrbnika kako bi se zaštitila prava maloljetnih sportaša. Mnoge obrađene teme su relevantne za sektor esports, uključujući zaštitu djece od iskorištavanja, vođenje računa o tome da su odrasli koji rade s djecom prošli edukaciju i razumiju njihove specifične potrebe, osiguravanje ravnoteže u aktivnostima djece te uključivanje odredbi koje štite prava djece u sponzorske ugovore.

2.1.16. Postoje li vremenska ograničenja na vašim turnirima (internetskim i onima koji se odvijaju uživo) za djecu mlađu od 18 godina, a koja na njima sudjeluju kao igrači ili gledatelji?

2.1.17. Vodite li računa prilikom planiranja događanja o vrstama sadržaja koje maloljetnici mogu vidjeti tijekom praćenja događanja (uživo kao publika ili preko interneta)?

2.2 INKLUZIVNOST I ZASTUPLJENOST

Pravo djece na zaštitu od diskriminacije (članak 2. Konvencije) ističe da djecu ne treba razlikovati, isključiti, ograničiti ili im dati prednost na temelju rase, spola, jezika, vjere ili bilo kojeg drugog razloga.

Iako se pretpostavlja da samo dječaci igraju internetske videoigre, to nije tako u stvarnosti. Međutim, još uvijek postoji velik prostor za napredak kako bi svijet internetskih videoigara postao rodno inkluzivniji i otvoreniji prema različitostima. Žene i pripadnici manjina nisu dovoljno zastupljeni među programerima igara¹¹, čime bi se moglo objasniti zašto su glavni likovi u igrama i dalje bijeli muškarci, i da je sadržaj videoigara uglavnom usmjeren prema muškarcima.¹²

Ako se kompanije iz industrije igara aktivnije posvete pitanjima raznolikosti i pobrinu se da videoigre u većoj mjeri odražavaju širi društveni kontekst, to može stvoriti prilike i za njihovo poslovanje.¹³ Važno je da kompanije za videoigre vode računa o tome tko je sve uključen u proces stvaranja igara kako bi se osiguralo da se čuju različita stajališta i iskustva. To će omogućiti kompanijama da prepoznaju i razumiju različite oblike diskriminacije i pomoći će im u kreiranju sadržaja koji će privući raznovrsniju i širu grupu korisnika.

Sprječavanje diskriminacije također obuhvaća pitanja vezana uz izloženost nesigurnim, neprijateljskim, pa čak i prijetničkim okruženjima s kojima se žene i djevojčice nažalost puno učestalije susreću, što ih može obeshrabriti i odvratiti od sudjelovanja u zajednicama internetskih igara i sve popularnijem području esports. (Kako se boriti protiv toksičnih okruženja, pogledajte detaljnije u poglavlju 2.3.

¹⁰ Konvencije 138. i 182. Međunarodne organizacije rada o minimalnoj dobi i radu djece ističu sve postupke koji mogu naštetiti tjelesnoj ili psihičkoj dobrobiti djece ili koji sprječavaju njihov pristup osnovnom obrazovanju.

¹¹ Prema europskim udrugama programera igara, žene čine između 10 % i 30 % programera igara u Europi, ovisno o zemlji, a u većini zemalja između 10 % i 20 %

¹² Lynch, Teresa & Tompkins, Jessica & Driel, Irene i Fritz, Niki. (2016.). *Sexy, Strong, and Secondary: A Content Analysis of Female Characters in Video Games across 31 Years: Female Game Characters across 31 Years*. Journal of Communication. 66. 10.1111/jcom.12237.

¹³ Change the Game: Driving Inclusivity and Belonging in Games, dostupno na <<https://static.googleusercontent.com/media/play.google.com/en/about/changethegame/assets/static/pdf/white-paper-2019.pdf>>.



Na ova pitanja može se odgovoriti iz perspektive kompanije koja radi igre, iz perspektive izdavača, iz perspektive distributera i iz perspektive platformi (u nekim slučajevima na pitanja se može odgovoriti u smislu zahtjeva koje izdavač, distributer ili platforma mogu postaviti za igre koje reklamiraju, prodaju i od kojih profitiraju).

Ako se kompanije iz industrije videoigara aktivnije posvete pitanjima raznolikosti, to može stvoriti prilike i za njihovo poslovanje. Važno je da kompanije za videoigre vode računa o tome tko je sve uključen u proces stvaranja igara. To će omogućiti kompanijama da prepoznaju i razumiju različite oblike diskriminacije i pomoći će im u kreiranju sadržaja koji će privući raznovrsnu i širu grupu korisnika.

OPĆE PREPORUKE:

Djeca se žele poistovjetiti s likovima u videoigri kako bi još više uživala u igranju. Kako bi djeca kroz videoigre stjecala pozitivna iskustva i nova znanja, važno je da u igrama mogu pronaći raznovrsne likove u raznovrsnim ulogama i da se igre reklamiraju na inkluzivan način. Ključno je da na svakom koraku kompanije budu svjesne poruka koje inkluzivnost u igrama može poslati djeci i mladima: što im igra govori o tome kako trebaju izgledati, što mogu raditi i koje uloge mogu imati.

- 2.2.1.** Ulažete li napore da uključite raznovrsne likove (uključujući glavne likove) i izbjegnute stereotipno predstavljanje i rodno uvjetovane uloge likova u igri?
- 2.2.2.** Ulažete li svjesne napore da osigurate da su videoigre i u njima prikazana društvena obilježja privlačni i djevojčicama i dječacima?
- 2.2.3.** Potičete li programere ili zajednicu da dizajniraju videoigre koje privlače raznoliku publiku? Imate li formalne politike o tome (na primjer, je li to zahtjev koji treba uzeti u obzir tijekom procesa dizajniranja igara ili koji treba biti uključen u vašu platformu)?
- 2.2.4.** Kada donosite odluke o likovima, društvenim obilježjima, monetizaciji i marketingu, savjetujete li se s raznolikom skupinom ljudi? Vodite li računa o tome da se i njihova stajališta čuju i uzmu u obzir prilikom donošenja odluka?

- 2.2.5.** Jeste li napravili popis likova temeljem njihove raznolikosti u vašim videoigramama ili igrama kojima pružate pristup?
- 2.2.6.** Mogu li se likovi u vašoj igri prilagođavati tako da igrači mogu odabrati kako će lik kojim igraju izgledati (npr. odabrati rod ili boju kože)?
- 2.2.7.** Vodite li računa u svojim marketinškim i promotivnim materijalima o načinima za privlačenje potencijalno nove i raznovrsne publike, umjesto da se samo usredotočujete na jedan, uski segment svojeg tržišta?
- 2.2.8.** Jeste li uključeni u inicijative industrije usmjerene na stvaranje pozitivnih, uključivih i sigurnijih okruženja za sve igrače, bez obzira na to jesu li oni odrasli ili djeca?
- 2.2.9.** Jeste li uključeni u obrazovne inicijative usmjerene na poticanje djevojčica ili manjinskih skupina da steknu vještine koje će im pomoći da budu spremniji za rad u industriji internetskih videoigara? Na primjer, suradnjom sa školama ili sveučilištima, pripravnničkim programima, stipendijama, klubovima ili izvanškolskim aktivnostima?
- 2.2.10.** Vodite li računa u procesu dizajniranja igara o tome da dječji likovi ne budu seksualizirani?

POLITIKE KOMPANIJA

Važno je da djeca imaju uzore u likovima iz videoigara, ali i među ljudima koji rade u industriji videoigara. Različitosti među zaposlenicima pomoći će kompanijama da bolje razumiju zahtjeve i izazove s kojima se susreće njihova raznovrsna baza korisnika. Promicanje kulture različitosti među zaposlenicima zahtijeva mjerenje različitosti kako bi se prepoznali nedostaci i steklo razumijevanje o tome kako stvoriti inkluzivnu radnu sredinu u kojoj će ljudi osjećati da se njihove potrebe razumiju i različitosti vrednuju. Osim toga, način na koji poslodavci tretiraju svoje zaposlenike, osobito one koji su roditelji, ima velik utjecaj na prava djece njihovih zaposlenika.

- 2.2.11.** Imate li politiku koja osigurava da svi zaposlenici imaju jednake mogućnosti i da ih se ne diskriminira? Uz politiku, imate li mehanizme koji zaposlenicima omogućavaju da prijave sve što iz zabrinjava?
- 2.2.12.** Mjerite li rodnu ravnotežu (a) među svim zaposlenicima, (b) u višem menadžmentu i (c) na različitim pozicijama (posebno



© UNICEF/UN0202943/PANCIC



kod tehničkih pozicija) ili na pozicijama važnima za raznolikost, kao što su programeri? Mjerite li druge relevantne pokazatelje raznolikosti u skladu sa svojom odgovornošću?



UNICEF je napravio vodič za procjenu utjecaja poslovanja na djecu prema Načelima o pravima djece i poslovanju. Vodič daje smjernice za stvaranje radnog okruženja koje uzima u obzir potrebe djece i obitelji (3. načelo). Smjernice obuhvaćaju teme kao što su roditeljski dopust, zaštita majčinstva, fleksibilan rad i poštene plaće, mjere kojima možete podržati zaposlene roditelje, unaprjeđenje raznolikosti na radnom mjestu. Sve navedene teme mogu imati značajan utjecaj na živote djece vaših zaposlenika.

2.2.13. Ulažete li napore u nastojanje da politike zapošljavanja, napredovanja i stvaranja inkluzivnog radnog okruženja ne budu pristrane i da pomažu u unaprjeđenju raznolikosti (npr. vodite li računa da u užem izboru za zapošljavanje budu i muški i ženski kandidati)?

2.2.14. Vodite li mreže putem kojih se zaposlenici mogu okupiti i podijeliti svoja iskustva (npr. za žene, LGBT zajednicu, manjine) i prijaviti svoje probleme menadžmentu?

PITANJA ZA PROFESIONALNE ESPORT TIMOVE I ORGANIZATORE DOGAĐANJA

Igrači esporta među najvidljivijim su predstavnicima zajednice internetskih igara, i kao takvi u velikoj mjeri pokazuju za koga su igre napravljene. Esport igrači također su uzori i idoli mnogim mladim ljudima. Trenutačno su u fokusu esport turnira natjecateljske i zabavne igre, poput borbenih igara, koje su tradicionalno namijenjene muškarcima i koje muškarci igraju. Ako se pobrinete da događanja budu namijenjena svim sudionicima i da ih reklamirate kao takve, to će vam pomoći da privučete novu publiku i imate bolje turnire.

2.2.15. Imate li pokazatelje raznolikosti za esport igrače u svojim ligama, timovima i turnirima?

2.2.16. Imate li uspostavljene procese s pomoću kojih igrači mogu prijaviti, a vi istražiti, svako uznemiravanje ili diskriminatorno ponašanje tijekom turnira?

2.2.17. Poduzimate li aktivne mjere za povećanje raznolikosti u esportu?

2.2.18. Organizirate li, financirate ili podržavate ženske esport lige, timove ili igračice?

2.2.19. Jeste li razmišljali o esport događanjima s videoigrama koje bi tradicionalno bile namijenjene ženama i koje igraju žene?

2.2.20. Sadržite li vaši promotivni materijali za događanja slike žena, manjina i općenito raznovrsne publike kako biste prenijeli poruku inkluzivnosti i poruku o tome da su svi dobrodošli?

2.2.21. Vodite li u promoviranju svojih igrača i timova računa o tome da promovirate i igračice?

2.2.22. Jesu li timovi koji organiziraju esport turnire raznoliki?



2.3 TOKSIČNA OKRUŽENJA

S obzirom na to da mladi provode sve više svog slobodnog vremena na internetu, igranje internetskih videoigara ima sve važniju ulogu u njihovu životu i njihovim interakcijama. Istraživanje provedeno u SAD-u pokazalo je da je igranje internetskih videoigara na drugom mjestu, iza društvenih mreža, na listi najčešćih mjesta na kojima adolescenti upoznaju nove prijatelje.¹⁴

Na sličan način, popularni igrači esporta i korisnici servisa za internetski prijenos (tzv. *streameri*) imaju sve veći utjecaj, a onda i sve veću odgovornost kao idoli i uzori mladima.

Igranje internetskih videoigara može djeci omogućiti ostvarivanje prava na slobodu izražavanja (članak 13. Konvencije) te druženja i upoznavanja s drugima (članak 15. Konvencije), što im pomaže da budu kreativna, povezuju se s djecom iz različitih kultura, razmjenjuju mišljenja i uče zajedno.

Toksično ili neprimjereno ponašanje – uključujući neprikladne, seksističke ili rasističke sadržaje – postoji u svijetu internetskih igara, kao i u mnogim drugim okruženjima na internetu.

No toksično ili neprimjereno ponašanje – uključujući neprikladne, seksističke ili rasističke sadržaje – postoji i u svijetu internetskih igara, kao i u mnogim drugim okruženjima na internetu, i djeca mu mogu biti izložena, mogu biti meta takvog ponašanja i mogu sudjelovati u njemu. Izloženost nesigurnim ili neprijateljskim okruženjima obeshrabrit će djecu da sudjeluju i utjecat će na pravo djece na zaštitu od diskriminacije (članak 2. Konvencije) – i kao potencijalnih žrtava diskriminacije, ali i kroz rizik da će usvojiti neprikladno izražavanje i ponašanje koje vide i čuju u videoigrama. (Više o inkluzivnosti i raznolikosti opisano je u poglavlju 2.2.)

S obzirom na to da društvene funkcije u internetskim igrama mogu značajno povećati prihode¹⁵, velik broj kompanija koje se bave igrama želi pokrenuti pozitivne i zdrave internetske zajednice, koje privlače korisnike. Imajući to u vidu, postoji prostor za snažniju i dosljedniju komunikaciju i primjenu Pravila ponašanja u okviru internetskih igara i igara na platformama, kao i za pronalaženje načina za poticanje i modeliranje primjerenog ponašanja.

Na ova pitanja može se odgovoriti iz perspektive kompanije koja radi igre, iz perspektive izdavača, iz perspektive distributera i iz perspektive platformi (u nekim slučajevima na pitanja se može odgovoriti u smislu zahtjeva koje izdavač, distributer ili platforma mogu postaviti za igre koje reklamiraju, prodaju i od kojih ostvaruju prihod).

OPĆE PREPORUKE:

- 2.3.1.** Nudite li verzije svojih videoigara/servisa bez društvenih funkcija ili se za te funkcije treba posebno prijaviti (*opt-in*)? Nudi li se ta mogućnost posebno djeci ili se nudi kao opcija svim korisnicima?
- 2.3.2.** Mogu li vaši korisnici imati privatne profile koji im omogućavaju da upravljaju listama potencijalnih „prijatelja“ i da mogu jednostavno obrisati, blokirati ili utišati druge osobe?
- 2.3.3.** Promičete li SOS linije, na kojima djeca mogu potražiti podršku, dobiti savjet ili prijaviti nasilje, ili surađujete s njima? Jesu li te informacije lako dostupne vašim korisnicima?
- 2.3.4.** Sudjelujete li u zajedničkim inicijativama više različitih industrija ili dionika za borbu protiv toksičnog ponašanja ili nasilja na internetu?

SMJERNICE ZA ZAJEDNICU I PRAVILA PONAŠANJA

Vaša posvećenost promicanju pozitivnog ponašanja od iznimne je važnosti jer će potaknuti djecu da usvoje i primjenjuju pozitivne obrasce ponašanja. Pritom je ključno da proaktivno i dosljedno promičete svoje smjernice za zajednicu na načine koji privlače pozornost korisnika svih uzrasta..

- 2.3.5.** Imate li smjernice za zajednicu ili pravila ponašanja koji jasno navode koje vrste ponašanja nisu dopuštena u vašoj videoigri ili na vašem servisu?
- 2.3.6.** Jeste li objasnili zašto imate smjernice za zajednicu te kakvu zajednicu želite stvoriti i zašto?
- 2.3.7.** Jesu li vaše smjernice za zajednicu napisane jednostavnim jezikom, lako razumljivim djeci? Jesu li dovoljno kratke da bi ih svi, uključujući djecu, imali strpljenja pročitati?

¹⁴ Lenhart, Amanda, et al., „Teens, Technology & Friendships“ Pew Research Center, Washington, D.C., kolovoz 2015., str. 2, dostupno na <www.pewinternet.org/2015/08/06/teens-technology-and-friendships>.

¹⁵ Istraživanje deset mobilnih igara, koje je provelo društvo TwoHat, pokazalo je da mogućnost razgovora (chata) može povećati dugoročnu vrijednost korisnika (LTV) 20 puta. Istraživanje je dostupno na <<https://venturebeat.com/2018/12/13/how-a-top-10-mobile-game-uses-chat-and-moderation-to-drive-20x-ltv/>>.



- 2.3.8.** Kako korisnicima predstavljate smjernice za zajednicu? Jesu li lako dostupne i vidljive (npr. trebaju li ih korisnici potvrditi kad se prvi put prijave, pri kupovini ili prije prvog ulaska u *chat*)?
- 2.3.9.** Potičete li na neki način igrače da pročitaju vaše smjernice za zajednicu (npr. davanjem valute za korištenje u igri nakon završene edukacije)?
- 2.3.10.** Koristite li kreativne metode za predstavljanje svojih smjernica za zajednicu u formatu koji djeca mogu lako razumjeti i koji im je zanimljiv (npr. videozapisi, crtani filmovi ili ikone)?
- 2.3.11.** Podsjećate li korisnike redovito na svoje smjernice za zajednicu?
- 2.3.12.** Pokušavate li saznati kako korisnici doživljavaju smjernice za zajednicu i koliko ih slijede?
- 2.3.13.** Jesu li svi vaši zaposlenici prošli edukaciju o vašim smjernicama za zajednicu?
- 2.3.14.** Zapošljavate li *community managera* čija je odgovornost stvaranje zdravih zajednica igrača koje se temelje na vašim smjernicama za zajednicu?

© UNICEF/UNI209842/KARIMOVA



POSTUPANJE U SLUČAJEVIMA NEPRIKLADNOG PONAŠANJA

Uspostava mehanizama za praćenje i rješavanje slučajeva toksičnog ponašanja u stvarnom vremenu, razumno vrijeme za odgovor na prijavljeno neprikladno ponašanje i sadržaj te informiranje o aktivnostima koje ste poduzeli, kao i poticanje pozitivnog ponašanja, pokazuju vašim korisnicima da se brinete o njihovoj sigurnosti.

- 2.3.15.** Imate li uspostavljene mehanizme s pomoću kojih korisnici mogu na siguran i povjerljiv način prijaviti neprikladno ponašanje i kršenje smjernica za zajednicu? Je li ih lako pronaći i jesu li jednostavni za korištenje (i za djecu)?
- 2.3.16.** Pratite li svoje procese za odgovor na prijavljeni sadržaj vodeći računa o razumnim rokovima za odgovor i resursima za upravljanje prijavama?
- 2.3.17.** Imate li uspostavljen sustav kojim bi se osiguralo da se mehanizmi za prijavljivanje sadržaja ne zloupotrebljavaju za maltretiranje?
- 2.3.18.** Odgovarate li brzo na prijave igrača (između ostalog o rezultatima istraga, o mogućnostima žalbe na odluke i o mjerama protiv igrača koji ne poštuju pravila)?
- 2.3.19.** Osim prijavljivanja sadržaja, imate li uspostavljene kakve druge mehanizme za aktivnu kontrolu ometajućih i neprikladnih ponašanja tijekom komunikacije u igri i na servisima za internetski prijenos (npr. učinkovito moderiranje *chata*, koje uključuje automatske i ljudske moderatore)?
- 2.3.20.** Jesu li vaši *community manageri* obučeni za rješavanje situacija u koje su uključena djeca i znaju li kako smiriti situaciju u slučaju kada djeca svojim ponašanjem ometaju red u zajednici?
- 2.3.21.** Omogućava li vaš alat za filtriranje chata korisnicima i/ili roditeljima mogućnost da izaberu i podese različite razine filtriranja (od uklanjanja npr. seksualno eksplicitnog jezika i govora mržnje do uklanjanja psovki)?
- 2.3.22.** Prilagođavaju li vaši alati za filtriranje chata razinu filtriranja s obzirom na dobnu klasifikaciju određene igre ili na dobne granice vašeg servisa?
- 2.3.23.** Jeste li uveli mjere za poticanje pozitivnog ponašanja ili nagrade za pozitivne postupke među članovima svoje zajednice (npr. nagrade za korisnika koji nikad nije bio prijavljen)?



2.3.24. Eksperimentirate li s obrazovnim sadržajem u igri u stvarnom vremenu kako biste promicali i poticali pozitivno ponašanje u svojoj zajednici?

2.3.25. Osim zabrana, kakve posljedice za ometajuće ponašanje snose korisnici (npr. moraju li pohađati *online* edukaciju ili gledati videozapise kako bi se upoznali sa smjernicama zajednice)?

PITANJA ZA SERVIS ZA INTERNETSKI PRIJENOS (TZV. *STREAMING* SERVIS) I ESPORT TIMOVE

Poput ponašanja zvijezda popularne kulture i sporta, i način ponašanja i govora korisnika servisa za internetski prijenos (tzv. *streamera*) i igrača esporta također može utjecati na mlade ljude koji u njima vide uzore. Ne treba podcijeniti njihovu važnu ulogu kao uzora za promicanje pozitivnog ponašanja, dapače trebalo bi je iskoristiti u dobre svrhe. Iako *streameri* možda neće biti direktno zaposleni ili imati ugovor s platformama za *streaming*, platforme bi ih trebale poticati da sadržaj koji emitiraju bude u skladu sa smjernicama za zajednicu.

2.3.26. Moraju li *streameri* prihvatiti vaše smjernice za zajednicu prije nego što počnu sa *streamingom* kako biste bili sigurni da razumiju kakva vrsta ponašanja nije prihvaćena na vašoj platformi?

2.3.27. Razgovarate li s popularnim *streamerima* na svojoj platformi i potičete li ih da otvoreno govore protiv rasizma, homofobije, seksizma, govora mržnje i drugih oblika zlostavljanja?

2.3.28. Imate li, za slučaj da *streameri* na vašim platformama pokazuju toksično ponašanje koje nije u skladu s vašim smjernicama za zajednicu, jasne procedure za rješavanje takvih situacija i jesu li svi u zajednici upoznati s njima?

2.3.29. Moraju li igrači na vašim esport događanjima službeno prihvatiti pravila ponašanja događanja (i igre koju igraju) prije sudjelovanja?

2.3.30. Koriste li organizatori, kompanije koje rade igre ili igrači, odnosno svi zajedno, esport natjecanja za promicanje zdravih i pozitivnih zajednica za igranje (tzv. *gaming* zajednica)?

2.3.31. Objavljujete li smjernice za zajednicu / pravila ponašanja u programu esport događanja? Promičete li ih na samom natjecanju?

2.3.32. Koristite li svoja događanja kao priliku za promicanje pozitivnih i podržavajućih zajednica i obrazaca ponašanja?

2.4 DOBNE GRANICE I PROVJERA DOBI

Iako su kompanije odgovorne za poštovanje prava djece, Konvencija naglašava ulogu roditelja u usmjeravanju djeteta u skladu s njegovim razvojnim sposobnostima (članak 5. Konvencije) i ističe primarnu odgovornost roditelja (članak 18. Konvencije) za odgoj i razvoj djeteta. To ne podrazumijeva samo roditeljsku odgovornost za nadzor djece, već i potrebu da roditelji uzimaju u obzir mišljenja djeteta o pitanjima koja ga se tiču. Ovo je područje u kojem roditelji mogu dobiti podršku od kompanija koje su napravile ili prodaju videoigre koje njihova djeca igraju.

Industrija internetskih videoigara pokrenula je mnoštvo međunarodnih i nacionalnih inicijativa za samoregulaciju u području klasifikacije igara prema uzrastu. Oznake preporučenog uzrasta i ograničenja osmišljeni su kako bi upozorili djecu i roditelje na sadržaj koji bi mogao biti neprikladan za igrače u njihovoj dobnoj skupini. Osim na audiovizualni sadržaj videoigara, oznake preporučenog uzrasta također mogu upozoriti na komercijalne funkcije kao što su mogućnost kupovine unutar igre ili poticanje na kockanje. S obzirom na to da djeca mogu biti podložnija komercijalnim utjecajima, oznake preporučenog uzrasta trebale bi uzeti u obzir primjerenost različitih komercijalnih sadržaja za određene dobne skupine. Izdavači igara trebali bi pružiti informacije s jasnim i detaljnim objašnjenjem komercijalnih praksi koje se koriste u igrama.

Kompanije mogu razviti verzije svojih igara primjerene djeci, koje ne prikupljaju podatke, odnosno koje istovremeno štite pravo djeteta na igru i sudjelovanje te pravo na privatnost.

Oznake preporučenog uzrasta mogu pomoći roditeljima da razumiju je li određena videoigra prikladna za njihovo dijete, bilo da je dijete samo igra bilo da gleda druge dok je igraju, i da pomogne roditeljima da donesu informirane odluke za svoje dijete. Transparentnost i potpunost kriterija na kojima se temelji oznaka igre pomoći će u tom razumijevanju.



Bez obzira na oznaku preporučenog uzrasta igrača, kompanije za internetske videoigre imaju sklonost da isključe djecu mlađu od dobi potrebne za davanje digitalnog pristanka, a pristanak čijih roditelja nije dobiven. To može dovesti do toga da propisi čija je svrha zaštita djece potiču djecu da lažu o svojim godinama kako bi mogla pristupiti videoigrama koje žele igrati. Kako bi zaštitile prava djece na igru i sudjelovanje i nastavile poštovati propise o privatnosti, kompanije mogu za djecu mlađu od dobi potrebne za davanje digitalne privole napraviti verzije svojih igara koje ne prikupljaju podatke.

Općenito gledano, postoji velik prostor za inovacije u metodama za provjeru uzrasta koje su pouzdane, poštuju razvojne sposobnosti djece i njihovu privatnost. Mnoge su metode provjere uzrasta neučinkovite, pa ih djeca mogu lako zaobići bez znanja svojih roditelja. Kada kompanije ne znaju tko su im korisnici, tj. kada ne znaju jesu li njihovi korisnici djeca, teže im je pružiti dodatnu zaštitu.

Na ova pitanja može se odgovoriti iz perspektive kompanije koja radi igre, iz perspektive izdavača, iz perspektive distributera i iz perspektive platformi (u nekim slučajevima na pitanja se može odgovoriti u smislu zahtjeva koje izdavač, distributer ili platforma mogu postaviti za igre koje reklamiraju, prodaju i od kojih ostvaruju prihod).

OPĆE PREPORUKE:

Ako se ne uspostavi pouzdan sustav za provjeru uzrasta igrača, tada bi (bez obzira na dobnu granicu za vaše igre ili na uvjete za pružanje usluge) trebalo pretpostaviti da se među vašim korisnicima nalaze djeca te poduzeti korake za njihovu zaštitu.

- 2.4.1.** Prilikom izrade i ostvarivanja dobiti od videoigara vodite li računa o tome kako na igrače mlađe od 18 godina utječe ono čemu su izloženi kroz vaše videoigre (ne samo u smislu sadržaja, već i u smislu interakcije u zajednici, prikupljanja podataka, transakcija u igri i drugih praksi vezanih uz zaštitu korisnika) i kako biste ih mogli zaštititi?
- 2.4.2.** Uzimaju li vaše zadane postavke u obzir mogućnost da bi djeca mogla pristupiti vašim uslugama/igrama?
- 2.4.3.** Osiguravate li vi ili platforma na kojoj je vaša videoigra dostupna mehanizme za roditeljski nadzor koji se mogu lako instalirati i isključiti a koji omogućavaju roditeljima da uključe ili

isključe opcije kao što su kupovina unutar igre i društvene značajke te koji pružaju različite razine nadzora ili filtriranja koji prate razvojne sposobnosti djeteta?

PREPORUČENI UZRAS I OGRANIČENJA

Postojeći regionalni i nacionalni sustavi za označavanje preporučenog uzrasta za igre uzimaju u obzir kulturološke osjetljivosti zemalja i regija u kojima se koriste. Međutim, velik broj različitih oznaka preporučenog uzrasta i činjenica da one nisu lako dostupne i usklađene s uvjetima za pružanje usluge ili politikama privatnosti u pojedinačnim igrama, tj. platformama za distribuciju na kojima se igre kupuju i igraju, te lokalne pravne smjernice mogu predstavljati izvor zbunjenosti i frustracije za roditelje i djecu.

- 2.4.4.** Jeste li dobili oznaku preporučenog uzrasta od lokalne ovlaštene agencije za oznake uzrasta za svako tržište na kojem poslužete?
- 2.4.5.** Jesu li vaše oznake preporučenog uzrasta usklađene s relevantnim međunarodnim sustavima oznaka i lokalnim zakonskim zahtjevima?
- 2.4.6.** Ako upravljate platformom za preuzimanje ili kupovinu igara, vodite li računa o tome da su oznake jasno istaknute za sve usluge/igre koje nudite? Nudite li informacije iz različitih izvora za davanje oznaka preporučenog uzrasta?
- 2.4.7.** Objašnjavate li jasno na mjestu kupovine ili tijekom prvog pristupa igri što oznaka preporučenog uzrasta znači i što podrazumijeva (npr. jeste li transparentni oko toga zašto je igra dobila određenu oznaku, koji su kriteriji korišteni i koja je relativna važnost različitih kriterija u određivanju dobne granice za vašu igru/servis)? Nudite li jasno objašnjenje same igre i funkcija koje sadrži?
- 2.4.8.** Je li vaša kompanija uključena u aktivnosti za pokretanje i postizanje veće usklađenosti i dosljednosti u pogledu oznaka preporučenog uzrasta na različitim platformama na kojima su igre dostupne?
- 2.4.9.** Nudite li korisnicima, uključujući roditelje i djecu, mogućnost da izraze i podijele s drugima svoja mišljenja o prikladnim dobnim granicama za vašu igru ili servis?



- 2.4.10.** Uzimaju li sustavi oznaka preporučenog uzrasta u obzir različite tehnike monetizacije ili društvene značajke igre? Razmišljate li na razini kompanije o ukidanju određenih tehnika monetizacije ili društvenih opcija u svojim videoigramama namijenjenima osobama mlađim od 18 godina?

PROVJERA DOBI I RODITELJSKA SUGLASNOST

Kako bi se uzeli u obzir različiti stupnjevi zrelosti i razvojni kapaciteti svakog djeteta, potrebno je razmotriti razvoj procesa u koje mogu biti uključeni roditelji i skrbnici putem mehanizama za roditeljsku suglasnost. Na taj se način djeci može omogućiti pristup dodatnim opcijama i sadržajima kako ona sazrijevaju, uz poštovanje njihova prava na igru, na sudjelovanje i na privatnost. Međutim, to znači da bi kompanije trebale biti u mogućnosti prepoznati da je igrač djeteta, kako bi mu pružile veći stupanj zaštite i podrške.

- 2.4.11.** Ima li vaša kompanija uspostavljene minimalne standarde i zahtjeve za učinkovitost mehanizama za provjeru dobi (barem izbjegavanjem potencijalnog utjecaja na igrača da laže o svojim godinama odgovarajući na pitanja poput: „Moraš imati najmanje 16 godina da bi igrao ovu igru, imaš li 16 godina?“)?
- 2.4.12.** Smatrate li da su vaše trenutačne metode provjere dobi igrača i roditeljske suglasnosti učinkovite u zaštiti djece? Kako biste ih mogli poboljšati?
- 2.4.13.** Tražite li potvrdu dobi i suglasnost roditelja za kupovinu unutar igre?
- 2.4.14.** Poštuju li vaše trenutačne metode za provjeru dobi privatnost i sigurnost podataka?
- 2.4.15.** Kakve podatke tražite za potvrdu dobi? Upotrebljavaju li se ti podaci samo za provjeru dobi i brišu li se odmah nakon provjere? Je li vaša metoda dostupna i djeci koja možda nemaju dokumente ili podatke koji su vam potrebni?
- 2.4.16.** Imate li uspostavljen proces za postupanje s maloljetnim igračima koje prepoznate ili koje vam netko prijavi da su ispod dobne granice za vašu videoigru, odnosno za njihovo eventualno uklanjanje iz svoje igre ili sa servisa?
- 2.4.17.** Imate li uspostavljen proces za traženje suglasnosti roditelja djece za koju ste utvrdili

da su mlađa od dobne granice za digitalnu privolu, umjesto da ih isključite (u slučaju kad je sadržaj videoigre ili usluge prikladan za djecu)?

- 2.4.18.** Imate li sadržaje namijenjene samo odraslima? Kako se ti sadržaji označavaju i je li pristup njima zaštićen (npr. PIN-om)?
- 2.4.19.** Ako se videoigri pristupa putem treće strane, npr. preko stranica društvene mreže, postoji li provjera dobi temeljem dobne granice za igru i uzrasta navedenog na profilu?
- 2.4.20.** Jeste li uključeni u istraživanje i razvoj novih metoda za provjeru dobi koje su pouzdanije, ali istovremeno ne krše prava djece na privatnost i ne prikupljaju nepotrebne osobne podatke?

Kako bi se uzeli u obzir različiti stupnjevi zrelosti i razvojni kapaciteti svakog djeteta, potrebno razmotriti razvoj procesa u koje mogu biti uključeni roditelji i skrbnici putem mehanizama za suglasnost roditelja.

PITANJA ZA STREAMING I ESPORT SERVICE

- 2.4.21.** Imate li dobne granice za sudionike i gledatelje svojih esport turnira / liga / streaming servisa?
- 2.4.22.** Jesu li dobne granice sudionika i gledatelja usklađene s dobnim granicama igre koja se igra ili prenosi putem internetskog prijenosa (streama)?
- 2.4.23.** Imate li dosljednu politiku o tome kako se određuju te dobne granice (npr. temelje li se na dobnim granicama igara koje se igraju, na lokalnim zakonima, na tome postoji li novčana nagrada ili na nekoj drugoj osnovi)?
- 2.4.24.** Imate li službeni postupak koji se dosljedno primjenjuje na svim vašim esport natjecanjima za provjeru dobi sudionika (gledatelja) na mjestu događanja?
- 2.4.25.** Označavate li jasno sadržaj za odrasle na svojem servisu za internetski prijenos (streaming servisu)? Jeste li uveli dodatne kontrolne mjere kako biste osigurali da takvom sadržaju mogu pristupiti samo odrasle osobe?



2.5 ZAŠTITA OD MAMLJENJA I SEKSUALNOG ZLOSTAVLJANJA

Konvencija poziva na zaštitu djece od seksualnog zlostavljanja (članak 34. Konvencije). Na mjestima na kojima se okupljaju djeca vjerojatno će biti i onih koji im žele nauditi.

Iako još uvijek nema dovoljno sveobuhvatnih istraživanja i statistika, postoje dokazi da su odrasli zloupotrebljavali zajednice i platforme za igre kako bi pronašli djecu, povezali se s njom i zblížili s ciljem seksualnog iskorištavanja, kako na internetu, tako i u stvarnom svijetu. Društvene značajke u internetskim igrama te u igrama na platformama i *streaming* servisima također se mogu iskoristiti za razmjenu nezakonitog sadržaja koji prikazuje seksualno iskorištavanje i zlostavljanje djece. S druge strane, djeca te značajke mogu iskoristiti kako bi drugima ispričala o zlostavljanju koje doživljavaju u stvarnom svijetu.

Pružatelji internetskih usluga, uključujući internetske igre i platforme, mogu dati značajan doprinos borbi protiv seksualnog iskorištavanja i zlostavljanja djece na internetu (i izvan njega) uspostavljanjem mehanizama za sprječavanje mamljenja i razmjene sadržaja koji prikazuje seksualno zlostavljanje djece, kao i prepoznavanjem i prijavljivanjem nezakonitih aktivnosti policiji.

Na ova pitanja može se odgovoriti iz perspektive kompanije koja radi igre, iz perspektive izdavača, iz perspektive distributera i iz perspektive platformi (u nekim slučajevima na pitanja se može odgovoriti u smislu zahtjeva koje izdavač, distributer ili platforma mogu postaviti za igre koje reklamiraju, prodaju i od kojih ostvaruju prihod).

OPĆE PREPORUKE:

- 2.5.1.** Zabranjuju li jasno vaši uvjeti za pružanje usluge i pravila ponašanja dijeljenje nezakonitog sadržaja koji prikazuje seksualno iskorištavanje i zlostavljanje djece?
- 2.5.2.** Jeste li prije uvođenja različitih društvenih opcija u svoju igru, na platformu ili servis, razmotrili kako bi se one mogle zloupotrijebiti za mamljenje djece ili razmjenu ilegalnog sadržaja? Dajte li na osnovi toga informacije svim korisnicima (uključujući roditelje i djecu) o tome kako se mogu zaštititi od takve zloupotrebe ili sadržaja te kako ih mogu prijaviti ako do njih dođe?

- 2.5.3.** Dajete li smjernice, ili upućujete na postojeće smjernice drugih, o tome kako roditelji mogu podržati svoju djecu i kako djeci mogu objasniti što su neprikladni ili neuobičajeni kontakti?

SPRJEČAVANJE MAMLJENJA I RAZMJENE MATERIJALA VEZANIH ZA SEKSUALNO ISKORIŠTAVANJE I ZLOSTAVLJANJE DJECE

Brojni su koraci koje kompanije iz industrije videoigara mogu poduzeti kako bi zaštitile djecu od neželjenog kontakta u igrama i na platformama te kako bi kriminalcima otežale zloupotrebu svojih servisa. U ponudi su sve sofisticiranija tehnička rješenja za upravljanje neželjenim sadržajem i ponašanjem u internetskim zajednicama, bilo da je riječ o sprječavanju prijenosa materijala koji prikazuje seksualno iskorištavanje i zlostavljanje djece, bilo da se radi o prepoznavanju pokušaja mamljenja djece. Kompanije bi također svojim korisnicima trebale omogućiti da imaju veću kontrolu nad time tko ih sve može kontaktirati i dijeliti sadržaj s njima tako što će im dati mogućnost samostalnog odabira različitih društvenih značajki, umjesto automatskog odabira (koji potom sami mogu promijeniti)..

- 2.5.4.** Imate li uspostavljene mehanizme (tehničke ili ljudske) za proaktivno prepoznavanje potencijalno nezakonitih sadržaja ili aktivnosti koji štete djeci (mamljenje) u komunikaciji tijekom igre, u *chatovima* ili na drugim servisima za slanje poruka?
- 2.5.5.** Imate li mehanizme putem kojih vam korisnici mogu prijaviti sumnjive aktivnosti neprikladnog zblížavanja s djecom?
- 2.5.6.** Jesu li vaši *community manageri* posebno educirani za prepoznavanje slučajeva neprikladnog zblížavanja s djecom i za postupanje takvim u slučajevima?
- 2.5.7.** Upotrebljavate li „digitalni otisak“ (*hashlist*) fotografija, PhotoDNA, CSAI Match, crne popise URL poveznica ili neka druga rješenja za filtriranje kako biste provjerili i blokirali materijale koji prikazuju seksualno iskorištavanje i zlostavljanje djece prije no što se ti materijali prenesu na vaše servise?
- 2.5.8.** Ulažete li ljudske i financijske resurse u izradu inovativnih sigurnosnih funkcija za svoje proizvode i usluge?
- 2.5.9.** Dopuštate li korisnicima izradu privatnih profila? Jesu li profili privatni prema zadanim postavkama?



© UNICEF/UN0299607/HERWIG



- 2.5.10.** Imate li mehanizme s pomoću kojih korisnici mogu jednostavno izbrisati ili blokirati neželjene osobe?
- 2.5.11.** Ako omogućujete razmjenu privatnih poruka između korisnika, mogu li korisnici kontrolirati tko im smije slati poruke (npr. davanjem te mogućnosti samo osobama koje se nalaze njihovoj listi prijatelja ili omogućavanjem korisnicima da pregledaju i prihvate/odbiju poruke koje dolaze od nekoga tko nije na njihovoj listi prijatelja)?
- 2.5.12.** Vodite li računa o tome da ni jedan privatni podatak (poput e-adrese ili telefonskih brojeva) nije vidljiv drugim korisnicima?
- 2.5.13.** Omogućuju li vaši sustavi roditeljskog nadzora, ili takvi sustavi na razini platforme s kojima su vaše igre kompatibilne, isključivanje nekih ili svih opcija za interakciju među igračima (društvene značajke)?

SURADNJA S POLICIJOM I OSTALIM DIONICIMA

Slučajevi mamljenja i seksualnog iskorištavanja i zlostavljanja djece iznimno su osjetljive prirode, i vrijeme je kod njih ključno, a ono što vaša kompanija može ili treba učiniti u takvim situacijama može biti jasno definirano zakonom. Iz tog je razloga važno razumjeti lokalne zakone te definirati i objaviti jasne, pisane interne upute o tome kako u takvim situacijama postupiti, tko je zadužen za postupanje i koga je potrebno obavijestiti.

- 2.5.14.** Imate li službene, pisane interne upute i procedure za blokiranje i uklanjanje neprikladnog sadržaja (te eventualno za njegovo čuvanje u svrhu istrage) kad se on pronađe ili kada vam se prijavi, te za prijavljivanje toga državnim tijelima ili nacionalnom centru za nestalu i iskorištavanu djecu ili sličnoj organizaciji za zaštitu djece?

- 2.5.15.** Jesu li vaši *community manageri* educirani za ovakve situacije i znaju li kako postupati u njima te kako prijaviti slučajeve kad korisnici dijele informacije o situacijama koje ih možda dovode u opasnost?
- 2.5.16.** Sudjeluje li vaša kompanija u inicijativama industrije za podizanje svijesti među korisnicima ili za suradnju s policijom u borbi protiv materijala na internetu koji prikazuju seksualno iskorištavanje i zlostavljanje djece?

2.6 UTJECAJ KOMERCIJALNIH PRAKSI

Konvencija poziva na zaštitu djece od svih vrsta iskorištavanja (članak 36. Konvencije), uključujući i iskorištavanje u komercijalne svrhe. Iz perspektive prava djeteta, sve popularniji poslovni model besplatnih igara (tzv. *free-to-play*), u kojem se prihodi uglavnom ostvaruju od mikrotransakcija u igri, može imati prednost u tome što veći broj djece može pristupiti kvalitetnim igrama i biti dio zajednice igrača jer je izvorni sadržaj besplatan.

Međutim, kako kompanije iz industrije videoigara osmišljavaju nove strategije monetizacije besplatnih igara, to može predstavljati izazov iz perspektive prava djeteta. Djeca mogu biti podložnija komercijalnim praksama koje pokušavaju usmjeriti njihovo ponašanje i manipulirati njihovim osjećajima, pa teže mogu prepoznati plaćeni sadržaj i komercijalni utjecaj za razliku od odraslih. Oblici ekonomskog iskorištavanja relevantni za internetske videoigre uključuju tehnike monetizacije koje mogu biti agresivne, neprikladne ili manipulativne i koje djeca teško mogu prepoznati ili izbjeći. Neki su od primjera: „tehnike poticanja“ (*nudge techniques*), koje navode korisnike da daju određene odgovore; prikriveno oglašavanje; plasiranje proizvoda, sponzoriranje *streamera* ili drugih influencera; oglašavanje koje se ne može isključiti ili koje se nudi kao alternativa kupovini kako bi se zaradila valuta ili stekla prednost u igri.



Posebno su zabrinjavajuće prakse monetizacije koje mogu narušiti pravo djece na privatnost ili uključivati prodaju ili dijeljenje njihovih osobnih podataka trećim stranama.¹⁶ S obzirom na izazove s provjerom dobi (pogledajte poglavlje 2.4), može se pretpostaviti da se podaci velikog broja djece nesvjesno obrađuju na ovaj način. Zaštita privatnosti i osobnih podataka (članak 16. Konvencije) znači da djeca imaju „pravo na zaštitu od uplitanja u njihovu privatnost, obitelj, dom ili prepisku i na zaštitu od nezakonitih napada na njihovu čast i ugled“.

Djeca možda neće biti sposobna poput odraslih prepoznati komercijalni utjecaj i mogu biti podložnija komercijalnim porukama i tehnikama kojima se nastoji usmjeriti njihovo ponašanje ili manipulirati njihovim osjećajima. Također, djeci je teže nego odraslima prepoznati plaćeni sadržaj.

Još jedno područje kojem se pridaje sve više pozornosti, osobito regulatornih tijela, jesu funkcije kockanja i igara nalik onima u kockarnicama u igrama na internetu. Najviše zabrinjava to što će djeci možda teže biti odoljeti takvim sadržajima ili neće razumjeti da troše pravi novac. Poseban je fokus na nagradnim kutijama (*lootbox*)¹⁷, osobito ako se u njima nalazi sadržaj koji može pomoći igračima da napreduju u igri ili ako se sadržaj može negdje prodati za pravi novac. Valute unutar igre mogu se usporediti s kockarskim žetonima¹⁸, jer iako se ne mogu zamijeniti za novac¹⁹, sprječavaju korisnike da razmišljaju o stvarnoj novčanoj vrijednosti onoga što potroše.

Još uvijek ne postoji dovoljno javno dostupnih informacija o važnosti različitih načina ostvarivanja prihoda za konkretne kompanije iz industrije videoigara ili o tome kako su određene komercijalne prakse, posebno u vezi s prikupljanjem podataka, povezane s monetizacijom. Povećana transparentnost komercijalnih motiva kompanija iz industrije videoigara može pomoći u otklanjanju krivih predodžbi i omogućiti kupcima da budu bolje informirani prilikom donošenja odluka.

Na ova pitanja može se odgovoriti iz perspektive kompanije koja radi igre, iz perspektive izdavača, iz

perspektive distributera i iz perspektive platformi (u nekim slučajevima na pitanja se može odgovoriti u smislu zahtjeva koje izdavač, distributer ili platforma mogu postaviti za igre koje reklamiraju, prodaju i od kojih ostvaruju prihod).

OPĆE PREPORUKE:

Djeca možda neće biti sposobna prepoznati komercijalni utjecaj poput odraslih i mogu biti podložnija komercijalnim porukama i tehnikama kojima se nastoji usmjeriti njihovo ponašanje ili manipulirati njihovim osjećajima. Također, djeci je teže nego odraslima prepoznati plaćeni sadržaj. Stoga treba razmotriti za koje će se tehnike monetizacije možda smatrati da su nepravedne ili da djecu dovode u zabludu te voditi računa o tome da su svi komercijalni sadržaji, prikriveno reklamiranje, promocija i oglašavanje jasno označeni kao takvi. Navedeno se odnosi i na platforme za videoigre, koje mogu dobivati dio prihoda od transakcija unutar igara objavljenih na platformama i koje mogu imati značajan utjecaj na to koje su tehnike monetizacije prihvatljive na njihovoj platformi.

- 2.6.1.** Koristi li vaša kompanija tehnike monetizacije unutar igre, uključujući mikrotransakcije i/ili oglašavanje? Objašnjavate li javnosti u kojoj mjeri svaka od tih tehnika doprinosi vašim ukupnim prihodima?
- 2.6.2.** Jeste li pri izradi i korištenju tehnika monetizacije unutar igre (uključujući kupovanje unutar igre i oglašavanje) razmišljali o tome kako djeca različite dobi (do 18. godine) mogu razumjeti te metode i kako na njih mogu utjecati?
- 2.6.3.** Je li vaša kompanija razvila politike ili smjernice u kojima se navodi koje tehnike monetizacije u igri nisu prihvatljive? Razmatraju li te politike i smjernice što možda nije prihvatljivo za djecu (npr. „tehnike poticanja“ ili likovi iz igre koji naizgled inzistiraju da korisnici kupe neke predmete)? Dijelite li te politike s trećim stranama s kojima surađujete?
- 2.6.4.** Pružate li roditeljima i djeci jasne i pristupačne podatke i upute o tehnikama monetizacije u igri?

¹⁶ Ovo se poglavlje odnosi na podatke koji se prikupljaju, zadržavaju i dijele u komercijalne svrhe. Ne odnosi se na situacije u kojima kompanije mogu biti zakonski obavezne prikupiti, zadržati ili dijeliti podatke npr. u svrhe provedbe zakona. Za potpuniji uvid u složenost korporativnog prikupljanja i upotrebe podataka o djeci pogledajte UNICEF-ov dokument za raspravu o privatnosti, zaštiti osobnih podataka i ugledu dostupan na <https://www.unicef.org/csr/css/UNICEF_CRB_Digital_World_Series_PRIVACY.pdf>.

¹⁷ Nagradne su kutije „tajanstvene kutije“ koje mogu sadržavati različite virtualne predmete – novac unutar igre, dodatke, ali i npr. alate koji mogu pomoći igračima da steknu prednost u igri. Korisnici plaćaju otvaranje kutije ili okretanje kotača i dobivaju jedan ili više nasumičnih virtualnih predmeta. Od 2019. godine većina velikih platformi za igranje računalnih igara/videoigara zahtijeva od izdavača igara da objave izgled ili relativnu rijetkost dobika iz nagradnih kutija, i ta se praksa širi.

¹⁸ Pogledajte, na primjer, Švedsko vijeće za medije: Ungar & medier (Mladi i mediji) (2017), dostupno na <<https://statensmedierad.se/download/18.7b0391dc15c38fbcccd9a238/1496243409783/Ungar+och+medier+2017.pdf>>.

¹⁹ Postoji, međutim, sekundarno tržište za prodaju i kupnju novca i predmeta unutar igre u zamjenu za pravi novac, što može kršiti uvjete pružanja usluga kompanije za igranje računalnih igara/videoigara.



- 2.6.5.** Nudite li igračima (uključujući roditelje i samu djecu) opcije za ograničavanje kupovine i oglašavanja u igri (npr. roditeljski nadzor za ograničavanje ili blokiranje kupnje ili obvezna suglasnost roditelja)?
- 2.6.6.** Nudite li djeci koja se identificiraju da su mlađa od dobi za davanje digitalne privole takvu verziju svoje igre/servisa koja ne prikuplja podatke, umjesto da ih isključite iz igre ako je inače prikladna za njih?
- 2.6.7.** Kad među korisnicima prepoznate djecu, nudite li im verziju svoje igre ili servisa, koja je prikladnija za njih (npr. bez opcija za interakciju među igračima, bez oglašavanja, bez mogućnosti kupovanja unutar igre ili bez mogućnosti povezivanja na internet)? U kojoj mjeri isključivanje ovih opcija utječe na iskustvo igranja?

KUPNJA UNUTAR IGRE

Djeca, za razliku od odraslih, možda ne shvaćaju stvarnu novčanu vrijednost onoga što kupuju u videoigrama i vjerojatnije je da će slučajno potrošiti previše novaca bez pristanka roditelja. Kompanije iz industrije videoigara mogu pomoći djeci da bolje razumiju vrijednost valuta unutar igre i uspostaviti mehanizme za prepoznavanje i rješavanje situacija u kojima je došlo do kupnje zbog slučajnosti ili neupućenosti djece.

- 2.6.8.** Imaju li vaše igre dnevna i mjesečna ograničenja potrošnje ili su kompatibilne s opcijama za roditeljski nadzor na razini platforme ili s drugim značajkama koje igračima omogućuju kontrolu potrošnje?
- 2.6.9.** Imate li mehanizme za prepoznavanje i rješavanje situacija s neuobičajenim iznosima potrošnje?
- 2.6.10.** Imate li politiku za nadoknadu potrošenih sredstava, npr. u slučaju kada dijete obavijestiti kupnju bez pristanka roditelja? Je li tu politiku lako pronaći i je li jasno objašnjena? Pratite li broj slučajeva djece koja kupuju bez pristanka roditelja?
- 2.6.11.** Ograničavate li u igri dostupnost nekih predmeta na određeno vremensko razdoblje ili dajete ekskluzivne ponude vezane za određene vremenske okvire?
- 2.6.12.** Mogu li u igrama koje nude mikrotransakcije igrači i bez kupnje zaraditi usporedivu količinu sadržaja/predmeta/dodataka? Ako mogu, jesu

li vaše igre osmišljene tako da potiču igrače na kupnju virtualnih predmeta kako bi uštedjeli vrijeme?

- 2.6.13.** Upotrebljavaju li vaše igre nagradne kutije ili slične značajke? Jeste li na jasan i razumljiv način objasnili što se može osvojiti i koji su izgledi za pobjedu?
- 2.6.14.** Ograničavate li broj različitih valuta unutar igre kako bi se izbjegle nejasnoće i jesu li vrijednosti i razlike među tim valutama jasno objašnjene?
- 2.6.15.** Vodite li računa prilikom dizajniranja svojih igara o tome da igrači s lakoćom mogu odustati od ponude za kupnju predmeta ili valute unutar igre (npr. pazeći na to da su grafičke ikone za napuštanje stranice ili za odbijanje ponude iste veličine kao i one za prihvaćanje ponude)?
- 2.6.16.** Prilikom dizajniranja svoje igre, upotrebljavate li likove iz igre za oponašanje ili poticanje emocija igrača u trenutku kada uspješno dovrše sesiju ili razinu, odnosno kad im to ne pođe za rukom? Upotrebljavate li te tehnike za poticanje monetizacije i pazite li pritom posebno na djecu?
- 2.6.17.** Ako nudite mogućnost trgovanja *skinovima*, kakve mehanizme imate za sprječavanje kockanja *skinovima*²⁰?

OGLAŠAVANJE

Prilikom oglašavanja u videoigrama treba uzeti u obzir mogućnost da će te oglase vjerojatno vidjeti i djeca. Na primjer, djeca mogu vidjeti oglase za igre namijenjene starijoj publici ili za proizvode koji nisu prikladni za djecu.



UNICEF-ov Dokument za raspravu o digitalnom marketingu prvenstveno je namijenjen oglašivačima koji ciljaju djecu u digitalnom prostoru i tvorcima digitalnih platformi usmjerenih na djecu, a koje uključuju oglašavanje. Uglavnom je usmjeren na podizanje svijesti o relevantnim temama iz perspektive prava djeteta, ali u završnome dijelu donosi preporuke i prijedloge za stvaranje pozitivnih promjena.

²⁰ Kladenje *skinovima* označava upotrebu virtualnih predmeta unutar igre kao oblika valute za kladenje na ishode profesionalnih sportskih utakmica, esport turnira i kockarskih igara kao što su rulet ili ajnc, i često krši primjenjive uvjete o pružanju usluga.



- 2.6.18.** Imate li politiku o proizvodima i uslugama koji se ne smiju oglašavati unutar vaše igre/ platforme/natjecanja/streaminga (npr. alkohol, duhan, vatreno oružje, kockanje i kladenje, drugi sadržaji za odrasle, poput pornografskog sadržaja ili nezdrave hrane i pića)? Vodi li ta politika računa o djeci i onome što je za njih prikladno?
- 2.6.19.** Jesu li svi oglasi, uključujući plasiranje proizvoda i pokroviteljstva, jasno označeni kao takvi?
- 2.6.20.** Dopuštate li ili upotrebljavate oglase između razina igre koji se ne mogu isključiti? Vodite li računa o tome da su takvi oglasi kraći od sesije igre?
- 2.6.21.** Jesu li vaši oglasi unutar igre usklađeni s ciljanom publikom za vašu igru?

UPOTREBA PODATAKA O IGRAČIMA

Regulatorni sustavi sve češće definiraju „dob za digitalnu privolu“ za situacije kada je za korištenje i obradu osobnih podataka potrebno dobiti privolu same djece ili njihovih roditelja. Prema važećim propisima, taj uzrast obično varira između 13 i 18 godina, ali je uvijek ispod 18. U skladu s međunarodnim normama o pravima djece, mnogi od ovih propisa navode da se podaci o djeci ne bi trebali prikupljati, dijeliti ili preprodavati ako nije dobivena posebna i valjana privola.

Međutim, definiranje dobne granice za djecu za davanje informirane privole za obradu njihovih osobnih podataka samo je po sebi vrlo izazovno, dijelom zbog nužnosti balansiranja između prava djeteta na sudjelovanje i prava djeteta slobodu izražavanja (ta prava mogu biti ograničena ako se granica postavi previsoko) i zaštite od komercijalnog iskorištavanja (ako se granica postavi prenisko). Kompanije bi barem trebale poštovati minimalnu dob koja je utvrđena zakonom, ali i razmotriti primjenu viših standarda u slučajevima koji zahtijevaju veću razinu zaštite djece.

Priroda podataka i namjena za koju će se koristiti također su ključni čimbenici – jer podaci prikupljeni za poboljšanje iskustva u igri potencijalno su manje štetni za djecu od podataka prikupljenih za ciljano oglašavanje ili daljnju prodaju podataka. Odgovorna kompanija trebala bi proaktivno informirati korisnike o tome koje podatke prikuplja i kako će ih koristiti, da bi djeca ili njihovi roditelji mogli dati potpuno informiranu privolu i razumjeti što ona podrazumijeva. Bez obzira na regulatorne propise, djeca imaju posebna prava dok ne navrš 18 godina i prema njima se ne smije odnositi

kao prema odraslima čim navrš 18 godina u kojoj mogu samostalno dati digitalnu privolu.

S obzirom na potencijalne izazove pri dobivanju smislene i informirane privole djece ili roditelja, kompanije koje žele poštovati prava djece u ovom području trebale bi se voditi najboljim interesom djeteta pri odlučivanju o vrsti podataka koje prikupljaju i o načinu na koji se oni koriste, čak i kada su dobile suglasnost. Ovakav bi pristup trebalo primijeniti i na postupak dobivanja privole (npr. izbjegavanjem traženja zajedničke privole za nužne i neobavezne podatke pružanjem odvojenih opcija za privolu).

Odgovorna kompanija trebala bi proaktivno informirati korisnike o tome koje podatke prikuplja i kako će ih upotrebljavati, da bi djeca ili njihovi roditelji mogli dati potpuno informiranu privolu i razumjeti što ona podrazumijeva.

- 2.6.22.** Koristite li podatke o igračima za donošenje odluka o tome kako će se tehnike monetizacije unutar igre koristiti i nuditi igračima? Koje vrste podataka koristite (npr. vrijeme igranja, prethodnu povijest kupovine, razinu u igri, vještinu igrača, demografske podatke)? Koristite li skupne, anonimne i/ili pojedinačne podatke o igračima?
- 2.6.23.** Prikupljate li i koristite li podatke o igračima kako biste povećali potrošnju ili optimizirali prilike za monetizaciju? Ako je odgovor potvrđan, vodite li računa o tome da takve taktike nisu usmjerene na igrače koji su djeca?
- 2.6.24.** Ako vaša igra ili servis prikupljaju podatke o igračima, što poduzimate kako se ne bi pratilo ponašanje djece igrača koja su ispod uzrasta za davanje digitalne privole? Koja ste ograničenja uveli u vezi s upotrebom podataka djece i kako provodite ta ograničenja?
- 2.6.25.** Dijelite li prikupljene podatke o korisnicima s trećim stranama, na primjer između platformi i kompanija koje rade igre? Jesu li politike zaštite podataka tih trećih strana usklađene s vašima i vodite li računa o tome da je upotreba podataka ograničena na svrhe za koje je izvorno predviđena?



- 2.6.26.** Jeste li transparentni prema korisnicima o tome koje njihove podatke prikupljate, kako ih upotrebljavate i dijelite? Mogu li se ove informacije jednostavno pronaći, jesu li potpune i lako razumljive djeci?
- 2.6.27.** Jamčite li da privole nisu „grupirane“ i da je u svakom trenutku jasno na kakav pristup i na kakvo prikupljanje podataka korisnici pristaju?
- 2.6.28.** Moraju li korisnici pristati na prikupljanje podataka (uključujući kolačiće) prije nego što mogu pristupiti vašoj igri ili platformi, odnosno postoji li mogućnost da ne daju privolu za to? Je li proces za uskraćivanje privole jednostavan i pruža li dovoljno informacija?

POLITIKE PRIVATNOSTI

Politike privatnosti i uvjeti o pružanju usluga najčešće su napisani iz perspektive pružatelja usluge i usredotočeni su na njihove vlastite pravne rizike i obveze. Budući da su napisani pravnim jezikom, čak i starija djeca i odrasli mogu imati problema s razumijevanjem opsega i posljedica davanja privole za prikupljanje njihovih osobnih podataka.



UNICEF-ov **komplet alata za industriju na temu privatnosti i slobode izražavanja djece na internetu** navodi opća načela, temeljena na zakonima o ljudskim pravima, koja bi trebala služiti kao temelj za oblikovanje odluka o djeci na internetu. U dokumentu je pet glavnih načela „prevedeno“ u kontrolnu listu s pitanjima koja je potrebno razmotriti kako bi se bolje poštovala privatnost djece i sloboda izražavanja kroz proizvode i usluge koje nude kompanije iz digitalnog sektora.

- 2.6.29.** Uključuju li vaše politike privatnosti posebne dijelove u kojima se objašnjava vaša politika prikupljanja podataka od djece i kako kontaktirati kompaniju u situacijama kada su podaci nenamjerno prikupljeni od djece?
- 2.6.30.** Jesu li vaše politike privatnosti i uvjeti o pružanju usluga lako dostupni? Jesu li napisani, odnosno postoje li inačice napisane tako da ih i djeca i njihovi roditelji mogu lako razumjeti?
- 2.6.31.** Koje su vaše zadane postavke privatnosti? Uzimaju li u obzir činjenicu da djeca mogu igrati vaše igre i vode li računa o tome da se prema zadanim postavkama prikuplja i dijeli što manje podataka?

PITANJA ZA ESPORT TIMOVE, ORGANIZATORE DOGAĐANJA, *STREAMING* PLATFORME I SPONZORE ESPORTA I *STREAMERA*

- 2.6.32.** Imate li ograničenja što se tiče dopuštenih vrsta oglašavanja, sponzora za vaše esports timove, događanja ili vaše *streaming* platforme? Uzimate li u obzir prikladnost za djecu (primjerice, postoje li ograničenja za vrste kompanija koje mogu biti sponzori ili se mogu oglašavati, poput kompanija koje se bave alkoholom, duhanom, kockanjem, nezdravim pićima ili hranom)? Kako o tome obavještavate oglašivače?
- 2.6.33.** Kao esports tim, imate li neke specifične politike za maloljetne igrače kako biste ih zaštitili od iskorištavanja (vašeg, njihovih sponzora ili roditelja) u komercijalne svrhe?
- 2.6.34.** Kao esports tim ili organizator događanja, imate li uspostavljene politike o kladnju i kockanju u esportsu i kako osiguravate djelotvorne mehanizme za provjeru dobi da biste spriječili da djeca sudjeluju u bilo kakvom kladnju ili kockanju?
- 2.6.35.** Ako sponzorirate esports timove, događanja ili pojedinačne *streamere*, uključuju li vaši sponzorski ugovori zahtjeve za transparentnost kako bi bilo jasno da su sponzorirani i tko ih sponzorira, uključujući i situacije kad su plaćeni da reklamiraju proizvode i usluge?



3. Smjernice za sveobuhvatniji i strukturiraniji pristup

Zajednica internetskih videoigara u svom najboljem izdanju predstavlja poticajno i uključivo okruženje, a brojni ljudi koji rade u industriji svjesni su toga i žele uključiti te vrijednosti u usluge koje pružaju. Takva pozitivna i prijateljski naklonjena kultura bila je vidljiva i u UNICEF-ovu radu s industrijom videoigara.

Postoje primjeri kompanija za videoigre koje su poduzele proaktivne korake kako bi igranje igara bilo pozitivnije i sigurnije iskustvo za djecu. No takve su inicijative i dalje iznimke, pa samo mali broj kompanija ima sveobuhvatan pristup djeci i njihovim pravima. Također, dobre prakse ne primjenjuju se dosljedno u cijeloj industriji.

Kako se kompanije za videoigre razvijaju od malih razvojnih tvrtki (*start-upova*) do zrelijih poslovnih subjekata, potrebni su strukturiraniji i formalniji pristupi kako bi se osiguralo da svi u kompaniji primjenjuju iste standarde.

U ovom se poglavlju naglašavaju ključni elementi za sveobuhvatan i strukturiran pristup kompanije pravima djece. Detaljnije smjernice dostupne su u materijalima istaknutima u ovom dokumentu.

3.1 POLITIKE

Uspostavljanje politika na razini kompanije (ili samo za pojedine igre ili poslovne aktivnosti) predstavlja priliku za kompanije da definiraju svoje odgovornosti, očekivanja i obveze prema svima u kompaniji i izvan nje, te da govore o njima. Čak i u slučaju manjih kompanija, isplati se odvojiti vrijeme za razgovor i dogovor oko ključnih načela koja će svi poštovati. Pitanja navedena u ovom dokumentu sastavni su dijelovi dobre politike koja se temelji na međunarodnim standardima i načelima ljudskih prava i prava djece, navedenima u Prilogu A, a usklađivanje pristupa i načela kompanije s ovim standardima čini ih vjerodostojnijima, dosljednijima i opravdanim.

Brojne su poslovne politike relevantne i mogu se posebno odnositi na prava djeteta. Među njima su:

- kodeksi ponašanja
- standardi za zajednicu
- uvjeti o pružanju usluga
- politike privatnosti
- dobne granice
- politike emitiranja.

KLJUČNA PITANJA:

- 3.1.1.** Jesu li vaše politike dosljedne u svim vašim igrama/servisima (ako nisu, što se razlikuje i zašto)?
- 3.1.2.** Obuhvaćaju li vaše politike pitanja vezana uz djecu, uključujući stvaranje sigurnog okruženja, edukaciju roditelja i djece te suradnju s policijom?
- 3.1.3.** Je li se vaša kompanija javno obvezala da će voditi računa o pitanjima relevantnima za prava djeteta, prema međunarodnim standardima (vidi 3. poglavlje)?
- 3.1.4.** Kako ćete nakon usvajanja politika osigurati da zaposlenici znaju za njih i da ih razumiju? Jesu li zaposlenici dužni prihvatiti/potpisati politike?
- 3.1.5.** Ocjenjujete li ili mjerite na bilo koji način kakav utjecaj vaše politike mogu imati, odnosno imaju na djecu i njihova prava?
- 3.1.6.** Organizirate li za relevantne zaposlenike obuku o svojim politikama?
- 3.1.7.** Jeste li prilikom izrade svojih politika konzultirali djecu kako biste čuli njihovo mišljenje?
- 3.1.8.** Jesu li vaše politike (ili neka njihova inačica) napisane tako da ih djeca mogu razumjeti?



3.2 UPRAVLJANJE

Upravljanje podrazumijeva definiranje toga gdje se odobravaju i tko odobrava (ili koji timovi) odluke o različitim politikama i praksama, te izvještavanje o tome, i tko je u konačnici odgovoran za njihovu provedbu. To predstavlja kamen temeljac korporativne odgovornosti.

KLJUČNA PITANJA:

- 3.2.1.** Gdje se odobravaju ili tko odobrava politike i postupke koji se odnose na prava djeteta? Radi li se to na razini uprave ili rukovodećeg tima?
- 3.2.2.** Je li glavna odgovornost za pitanja koja se odnose na djecu dodijeljena nekom od direktora ili postoji posebno radno mjesto za takva pitanja?
- 3.2.3.** Dobivate li povratne informacije ili mišljenja od djece (kroz dječje savjetodavne odbore ili posebne radionice) kako biste usmjerili svoj pristup?

3.3 DUŽNA PAŽNJA I ISPRAVLJANJE ŠTETE

Procesi za provedbu politika koje se odnose na djecu mogu varirati od provođenja detaljnih provjera kako bi se prepoznali nedostaci, rizici i mogućnosti u vezi s pravima djeteta („dužna pažnja“) do kontrolnih lista za uključivanje nekih aspekata politike u poslovne odluke ili procese. Ispravljanje štete podrazumijeva uspostavljanje mehanizama za utvrđivanje, prijavljivanje i rješavanje bilo kakvih propusta i kršenja usvojenih politika.

- 3.3.1.** Provodite li postupke dužne pažnje koji uzimaju u obzir prava djece, npr. razmatranje prava djeteta prije razvoja novih proizvoda i usluga, uspostavljanja novih poslovnih odnosa, kao i u slučaju spajanja i akvizicija?
- 3.3.2.** Pratite li koliko se vaše politike provode i poštuju?

- 3.3.3.** Postoje li načini da zaposlenici (i drugi) prijave kršenja vaših politika?
- 3.3.4.** Imate li uspostavljene postupke za provođenje istraga u vezi s mogućim kršenjima politika?
- 3.3.5.** Imate li uspostavljene mehanizme za zaprimanje povratnih informacija od djece o vašim politikama i uslugama?

3.4 IZVJEŠTAVANJE I TRANSPARENTNOST

Kako biste pokazali odgovornost i dokazali svojim dionicima da ispunjavate svoje obveze, važno je otvoreno i iskreno komunicirati s vanjskom publikom o napretku i unaprjeđenjima koja postižete provođenjem svojih politika. To stvara povjerenje među svim vašim dionicima, od clijenata do ulagača.

- 3.4.1.** Kako vanjskim dionicima prenosite informacije o svojim politikama ili o pitanjima koja se odnose na djecu (npr. jesu li informacije dostupne na vašoj internetskoj stranici ili na vašim društvenim mrežama)?
- 3.4.2.** Objavljujete li godišnje izvješće o korporativnoj odgovornosti i uključujete li nefinancijske podatke u bilo koje godišnje izvješće?
- 3.4.3.** Jeste li odredili pokazatelje uspješnosti za svoje politike u vezi s pravima djeteta (kao što su postotak zaposlenika koji su prihvatili politike, postotak educiranih zaposlenika, ukupan broj djece obuhvaćene vašim inicijativama tijekom godine, ukupan broj prijava koje su podnijeli korisnici, postotak slučajeva koje su prijavili korisnici, a riješeni su unutar vremenskog okvira X itd.)?
- 3.4.4.** Sudjelujete li u inicijativama (različitih dionika ili cijele industrije) o korporativnoj odgovornosti, a koje se odnose na teme vezane za djecu?
- 3.4.5.** S kojim interesnim skupinama raspravljate o pitanjima i napretku u vezi s pravima djece? Suradujete li s bilo kojom skupinom za prava djeteta?



Prilog A – Međunarodni okviri relevantni za prava djeteta

Postoje brojni međunarodni okviri za ljudska prava koji čine osnovu na kojoj se temelji poslovna odgovornost za poštovanje ljudskih prava i prava djeteta i na kojima se temelji ovaj dokument.

[Opća deklaracija o ljudskim pravima](#) usvojena je 1948. godine i temelj je većine normi vezanih za ljudska prava. Međunarodna povelja o ljudskim pravima sastoji se od Opće deklaracije o ljudskim pravima i glavnih instrumenata kroz koje je kodificirana: Međunarodnog pakta o građanskim i političkim pravima i Međunarodnog pakta o gospodarskim, socijalnim i kulturnim pravima.

[Konvencija o pravima djeteta](#), najšire ratificirani međunarodni ugovor o ljudskim pravima u svijetu, temelji se na Deklaraciji o pravima djeteta, u kojoj se navodi da djeca zaslužuju posebnu zaštitu, uključujući pravnu zaštitu, zbog svoje fizičke i mentalne nezrelosti. Vlade koje su ratificirale Konvenciju imaju zakonsku obvezu poštovati ta prava, a Konvencija navodi prava i odgovornosti roditelja i skrbnika. Očekivanja od privatnog sektora opširnije su razrađena u [općem komentaru Odbora za prava djeteta](#).

Međunarodna organizacija rada (ILO) okuplja vlade, poslodavce i radnike iz 187 država članica kako bi postavila standarde rada, razvila politike i programe koji promiču dostojanstven rad za sve.

Među osam temeljnih konvencija [Deklaracije ILO-a](#) nalaze se 138. Konvencija o minimalnoj dobi i 182. Konvencija o najgorim oblicima dječjeg rada. Njima se zabranjuje dječji rad i postavljaju se ograničenja za vrste rada i radno vrijeme koji nisu prikladni za djecu.

Vijeće Ujedinjenih naroda za ljudska prava usvojilo je

2011. godine [Vodeća načela o poslovanju i ljudskim pravima](#). Načela su razvijena na temelju opširnih savjetovanja sa širokim spektrom dionika, uključujući poslovni sektor, i prepoznata su kao globalni standard za sprječavanje narušavanja ljudskih prava vezanih za poslovanje i za rješavanje pitanja narušavanja ljudskih prava vezanih za poslovanje. Prema preporuci u Vodećim načelima koja kaže da „poslovni subjekti imaju odgovornost poštovati ljudska prava u svom poslovanju i opskrbnom lancu” jasno je da se ta odgovornost odnosi i na kompanije iz industrije videoigara.

Nakon objavljivanja Vodećih načela o poslovanju i ljudskim pravima, UNICEF, organizacija Save the Children i Globalni sporazum UN-a objavili su 2012. godine [Načela o pravima djece i poslovanju](#), koja navode deset zahtjeva za kompanije kako bi poštovale i podržale ostvarivanje prava djeteta. Načela pokrivaju različita područja, od ukidanja dječjeg rada do osiguravanja sigurnosti proizvoda i usluga i poštovanja prava djece u marketingu i oglašavanju. Postoji mnoštvo alata koji se temelje na Načelima o pravima djece i poslovanju, a koje kompanije mogu koristiti kako bi utvrdile svoje utjecaje na djecu i upravljale tim utjecajima. Neki od alata navedeni su u ovom dokumentu.



Prilog B – Dodatne referencije

Osim referencija koje su navedene u fusnotama ili u posebnim okvirima u ovom dokumentu, mnoštvo je drugih izvora koji su poslužili kao inspiracija za ove preporuke. Ti izvori također mogu ponuditi dodatne informacije i smjernice kompanijama koje žele unaprijediti svoje prakse.

UNICEF-OVI MATERIJALI:

„Pristup internetu, obrazovanju i digitalnoj pismenosti, dokument za raspravu” (2017.), dostupno na <https://www.unicef.org/csr/css/UNICEF_CRB_Digital_World_Series_ACCESS.pdf>.

Alati i smjernice za procjenu sigurnosti djeteta na internetu, dostupno na <https://www.unicef.org/csr/ict_tools.html>.

„Djeca i digitalni marketing: prava, rizici i prilike” (2019.), dostupno na <<https://www.unicef.org/csr/css/discussion-paper-digital-marketing-v2.pdf>>.

Djeca su naš najvažniji posao: 2.0 – vodič za integraciju prava djece u politike, procjene utjecaja i izvješća o održivosti (2014.), dostupno na <https://www.unicef.org/csr/css/Workbook_2.0_Second_Edition_29092014_LR.pdf>.

Načela o pravima djece i poslovanju, svi dokumenti dostupni su na <<https://childrenandbusiness.org/>>.

Načela prava djece u sportu, dostupno na <https://childinsport.jp/assets/downloads/Children's_Rights_in_Sport_Principles_English.pdf>.

„Privatnost djece na internetu i sloboda izražavanja: komplet alata za industriju”, dostupno na <[https://www.unicef.org/csr/files/UNICEF_Childrens_Online_Privacy_and_Freedom_of_Expression\(1\).pdf](https://www.unicef.org/csr/files/UNICEF_Childrens_Online_Privacy_and_Freedom_of_Expression(1).pdf)>.

Kontrolni popis za prava djeteta i sigurnost, dostupno na <https://www.unicef.org/csr/files/Child_rights_and_Security_Checklist_ENG.pdf>.

„Sloboda izražavanja, pristup informacijama i sudjelovanje, dokument za raspravu” (2017.), dostupno na <https://www.unicef.org/csr/css/UNICEF_CRB_Digital_World_Series_EXPRESSION.pdf>.

Djeca na internetu globalno, komparativno izvješće (studen 2019.), dostupno na <<https://www.unicef-irc.org/publications/1059-global-kids-online-comparative-report.html>>.

Privatnost, zaštita osobnih podataka i ugleda, dokument za raspravu (2017.), dostupno na <https://www.unicef.org/csr/css/UNICEF_CRB_Digital_World_Series_PRIVACY.pdf>.

Stanje djece u svijetu (2019.), dostupno na <<https://www.unicef.org/reports/state-of-worlds-children-2019>>.

IZ INDUSTRIJE:

AnyKey - Gender in esports tournaments, dostupno na <<http://www.anykey.org/wp-content/uploads/Gender-best-practices.pdf>>.

AnyKey - Live streaming moderation best practices for event organisers, dostupno na <<https://www.anykey.org/wp-content/uploads/AnyKey-Moderator-Best-Practices-Sept-2018-1.pdf>>.

DNA Finska: Lapset ja pelaaminen (Djeca i igre) (2018.), dostupno na <<https://www.stinfo.fi/data/attachments/00809/614884fd-c040-4d13-ac16-211075dd264e.pdf>>.

Fair Play Alliance – FAQ, dostupno na <<https://fairplayalliance.org/faq/>>.

Europska federacija za interaktivnu programsku opremu (ISFE): GameTrack – In-Game Spending Study (studen 2019.), dostupno na <<https://www.isfe.eu/wp-content/uploads/2019/12/GameTrack-In-Game-Spending-2019.pdf>>.

Google: Change the Game – Driving inclusivity and belonging in gaming (2019.), dostupno na <<https://static.googleusercontent.com/media/play.google.com/en/about/changethegame/assets/static/pdf/white-paper-2019.pdf>>.

Kodeks ponašanja Paneuropskog sustava klasifikacije igara (PEGI), dostupno na <<https://pegi.info/pegi-code-of-conduct>>.

Telia Company – What Adults Should Know About Gaming, Findings from the children’s advisory panel (2019.), izvješće dostupno na <<https://www.teliacompany.com/globalassets/telia-company/documents/sustainability/children-online/cap-2019-final-report-gaming.pdf>>.

Twitch: How to Manage Harassment in Chat, dostupno na <https://help.twitch.tv/s/article/how-to-manage-harassment-in-chat?language=en_US>.

Twitch: Guide to Building a Moderation Team, dostupno na <https://help.twitch.tv/s/article/guide-to-building-a-moderation-team?language=en_US>.

Udruga za interaktivnu zabavu UK-a (UKIE): Ask About Games, dostupno na <<https://www.askaboutgames.com/>>.



MATERIJALI NEVLADINIH ORGANIZACIJA:

InternetMatters: Parenting Generation Game (istraživanje), dostupno na <<https://www.internetmatters.org/hub/research/parenting-generation-game-report/>>.

ParentZone: „The Rip-Off Games: How the new business model of online gaming exploits children“, dostupno na <<https://parentzone.org.uk/the-rip-off-games>>.

ParentZone: „Skin gambling: teenage Britain’s secret habit“, dostupno na <<https://parentzone.org.uk/skingambling>>.

MATERIJALI DRŽAVNIH TIJELA I ORGANIZACIJA

Švedska agencija za zaštitu potrošača: Kartläggning av konsumentskyddet vid lotteri- eller kasinoliknande inslag i datorspel (Ispitivanje o zaštiti potrošača vezano za značajke kompjuterskih igara koje su slične lutriji ili kockanju), (2019.), dostupno na <<https://www.konsumentverket.se/contentassets/83509d8dffff48559d44de6546ecc362/kartlaggning-av-konsumentskyddet-vid-lotteri--eller-kasinoliknande-inslag-i-datorspel-fi-2019-01630-ko.pdf>>.

Švedsko vijeće za medije: Ungar & medier (Mladi i mediji), (2017.), dostupno na <<https://statensmedierad.se/download/18.7b0391dc15c38ffbc0d9a238/1496243409783/Ungar+och+medier+2017.pdf>>.

Odbor UK-a za digitalne medije, kulturu, medije i sport – „Immersive and addictive technologies inquiry“ (Istraživanje o imerzivnim tehnologijama koje uzrokuju ovisnost), (izvješće iz rujna 2019.), dostupno na <<https://www.parliament.uk/business/committees/committees-a-z/commons-select/digital-culture-media-and-sport-committee/inquiries/parliament-2017/immersive-technologies/>>.

Vlada UK-a – „Serious and Organised Crime Strategy“ (Strategije teškog i organiziranog kriminala), (2018.), dostupno na <<https://www.gov.uk/government/publications/serious-and-organised-crime-strategy-2018>>.

Ured povjerenika za informiranje UK-a – „Age appropriate design code“ <<https://ico.org.uk/for-organisations/guide-to-data-protection/key-data-protection-themes/age-appropriate-design-a-code-of-practice-for-online-services/>>.

Nacionalna agencija za suzbijanje kriminala UK-a, „Asks for Industry“ (Pitanja za industriju), dostupno na <https://nationalcrimeagency.gov.uk/images/News/IICSA_Internet_Investigation_Phase_2_NCA_Closing_Submissions.pdf>.



Nakon objave Radnog dokumenta za raspravu na temu prava djeteta i internetskih videoigara te intenzivne suradnje sa zajednicom internetskih igara, UNICEF objavljuje popis preporuka koje su osmišljene kako bi pomogle svim vrstama kompanija za internetske videoigre – onima koje rade igre, izdavačima, distributerima, platformama, kompanijama za esport i servisima za internetski prijenos (*streaming* servisima) – kako bi ocijenile svoje trenutačne prakse i prepoznale područja u kojima još mogu napredovati i koja mogu unaprijediti te uvesti promjene vezane uz prava djece.

Ove se preporuke mogu iskoristiti da se prepoznaju nedostaci procesa i politika općenito ili za usmjeravanje na prakse vezane za konkretna pitanja, od zdrave igre do toksičnog ponašanja i komercijalnih praksi.