

Vergaderjaar 2015–2016

34 264

Wijziging van de Mediawet 2008 in verband met het toekomstbestendig maken van de publieke mediadienst

U

BRIEF VAN DE STAATSSECRETARIS VAN ONDERWIJS, CULTUUR EN WETENSCHAP

Aan de Voorzitter van de Eerste Kamer der Staten-Generaal

Den Haag, 5 september 2016

Tijdens de plenaire behandeling van het wetsvoorstel tot wijziging van de Mediawet 2008 in verband met het toekomstbestendig maken van de landelijke publieke mediadienst op 2 februari en 1 maart 2016 is in uw Kamer onder meer gesproken over de motie-Pieter Heerma.¹ Deze motie verzoekt de regering om de mediawetgeving zodanig te moderniseren dat de Kijkwijzer van het NICAM gaat gelden voor audiovisuele producten op alle mediaplatforms die in Nederland uitgezonden worden. In aanvulling daarop heb ik in de richting van de SGP-fractie van uw Kamer toegezegd dat ik bereid ben te onderzoeken hoe de principes van de Kijkwijzer ook kunnen worden toegepast op reclame-uitingen van de publieke omroep op alle platforms (radio, televisie en internet).

Met deze brief stel ik uw Kamer op de hoogte van de voortgang rond beide onderwerpen en mijn bevindingen. Een afschrift van deze brief zend ik ter informatie aan de Tweede Kamer. Daarmee geef ik gevolg aan mijn toezegging aan de Tweede Kamer, die ik op 15 juni jongstleden heb gedaan tijdens het debat over het aanvullend wetsvoorstel.²

NICAM/Kijkwijzer en Ster

Tijdens het debat met de Eerste Kamer op 2 februari en 1 maart 2016 heb ik toegezegd om te onderzoeken hoe de principes van de Kijkwijzer kunnen worden toegepast op reclame-uitingen van de publieke omroep op alle platforms (radio, televisie en internet).

¹ Kamerstukken II, 2015/2016, 34 300 VIII, nr. 86.

² Voorstel van wet tot wijziging van de Mediawet 2008 in verband met aanvullingen bij het toekomstbestendig maken van de landelijke publieke mediadienst, Kamerstukken II, 2015/2016, 34 459, nrs. 1–3.

Over de toepasbaarheid van de Kijkwijzerprincipes op Ster-reclame heeft na het debat in de Eerste Kamer overleg plaatsgevonden met de relevante partijen: Ster, het Nederlands Instituut voor de Classificatie van Audiovisuele Media (NICAM), Reclame Code Commissie (RCC) en het Commissariaat voor de Media. Alvorens op de uitkomsten van de gesprekken nader in te gaan is het goed om kort uiteen te zetten hoe het huidige systeem van beoordeling van reclame (RCC) en beoordeling van audiovisuele content (NICAM/Kijkwijzer) werkt.

Ster en de Nederlandse Reclame Code: het formele kader

Alle reclame-uitingen in Nederland moeten voldoen aan de regels uit de Nederlandse Reclame Code (NRC). De Ster is wettelijk verplicht om de NRC te volgen en neemt deel in de Stichting Reclame Code.³ De Mediawet verplicht ook commerciële omroepen om aangesloten te zijn bij de NRC. Volgens deze Code mag reclame – ongeacht of deze via radio of tv wordt uitgezonden of via andere media wordt verspreid, zoals internet en sociale media – onder meer niet in strijd zijn met de wet, de goede smaak en het fatsoen. Ook mag reclame niet misleiden. Naast deze algemene regels voorziet de NRC in bijzondere regels ter bescherming van kinderen en jeugd: de Kinder- en Jeugdreclame Code. Die bepaalt onder meer dat audiovisuele commerciële communicatie geen lichamelijke of zedelijke schade mag toebrengen aan minderjarigen. De RCC kan in een dergelijk geval een aanbeveling doen met betrekking tot het uitzendtijdstip. Een RCC-aanbeveling met betrekking tot een uitzendtijdstip neemt de Ster altijd over.

NICAM en de Kijkwijzer: rollen en taken

Het NICAM is verantwoordelijk voor de coördinatie van de Kijkwijzer. Het bestuur van het NICAM bestaat uit vertegenwoordigers van de publieke en commerciële omroepen, filmdistributeurs en bioscoopexploitanten, dvd-distributeurs, videotheken en detaillisten. De Kijkwijzer geldt wettelijk voor al het audiovisuele aanbod van de publieke omroep. De grote commerciële televisie-aanbieders in Nederland (RTL, SBS) hebben zich bij de Kijkwijzer aangesloten. Ook diverse professionele on demand-diensten (Netflix, HBO) hebben dat voorbeeld gevolgd.

De Kijkwijzer waarschuwt ouders en opvoeders tot welke leeftijd een televisieprogramma, bioscoopfilm, dvd of computergame schadelijk kan zijn voor kinderen. Dat gaat door middel van een leeftijdsaanduiding. De uitvoering van de Kijkwijzer ligt in handen van de audiovisuele instellingen en ondernemingen.

Ster en Kijkwijzer: toepassing van de regels in de praktijk

Naar aanleiding van mijn toezegging aan de Eerste Kamer heb ik de afgelopen periode gericht onderzocht hoe de Ster omgaat met reclame-spots met mogelijk schadelijke inhoud voor kinderen en jeugdigen. Aanleiding hiervoor vormde de zorg van de SGP-fractie over de reclame-spotjes voor overspel van datingsite Second Love.

Hierboven werd al vastgesteld dat alle Ster-spotjes moeten voldoen aan de regels van de Nederlandse Reclame Code. Daarin is ook nadrukkelijk aandacht voor mogelijke schadelijkheid van spotjes voor kinderen en jeugdigen.

Daarnaast past de Ster in specifieke gevallen de criteria van NICAM/Kijkwijzer toe op reclames: namelijk bij het gebruik van beelden uit

³ Artikel 2.92 Mediawet 2008.

(bioscoop)films, series en televisieprogramma's in een aangeboden reclamespotje volgt de Ster het Kijkwijzer-advies.⁴ De Ster voert een aanvullende toets uit bij het vermoeden van mogelijke schadelijkheid voor minderjarigen en neemt in voorkomende gevallen contact op met de aanbieder van het spotje dan wel met de Reclame Code Commissie. Het toepassen van de Kijkwijzer resulteert dan in beperkingen wat betreft uitzendtijdstippen en soms ook wat betreft uitzending rondom bepaalde programma's: zo worden dergelijke spotjes door de Ster niet uitgezonden rondom kinderprogramma's. Deze werkwijze past de Ster ook toe op online reclame.⁵

Ster-spotjes voor Second Love

Met betrekking tot de Ster-spotjes voor Second Love, ben ik eerst nagegaan in hoeverre de regels van de Reclame Code Commissie hierbij een rol spelen. Zo is vastgesteld dat reclame voor een dergelijke dienst wettelijk niet verboden is. De reclame-uitingen voor Second Love zijn (naar aanleiding van diverse klachten) in de afgelopen jaren door de RCC beoordeeld. De reclame-uitingen voldeden aan alle regels van de Reclame Code, inclusief de eerder genoemde Kinder- en Jeugdreclame Code. Die klachten heeft de RCC daarom afgewezen. Dit betekent dat de Ster de spots kan en mag uitzenden.

De Ster heeft – mede ook naar aanleiding van het debat over deze kwestie in het parlement – overleg gevoerd met de aanbieder van de Second Love-spotjes. De Ster en de aanbieder zijn vrijwillig overeengekomen om deze spotjes pas uit te zenden op een tijdstip dat in ieder geval de jongere kijkers/luisteraars niet meer tv kijken en/of radio luisteren. In 2016 zijn alle spotjes voor Second Love door de Ster uitgezonden na 21.00 uur. Ik heb waardering voor de maatschappelijke verantwoordelijkheid die zowel de Ster als de Second Love-exploitant hierbij hebben genomen.

Conclusie

Audiovisuele content kan op grond van twee systemen worden beoordeeld. Reclames worden beoordeeld door de RCC. En audiovisuele uitingen krijgen een Kijkwijzer-classificatie. Opgeteld leidt dit ertoe dat Nederlandse minderjarigen naar mijn oordeel goed worden beschermd tegen schadelijke beelden. De Reclame Code biedt naast de Kijkwijzer een goede en op onderdelen ruimere bescherming aan minderjarigen omdat de NRC alle vormen van reclame, ook via radio, print en internet, beslaat.

Wat betreft de reclames van de publieke omroep is in zekere zin sprake van een «dubbele bescherming» van minderjarigen: de Ster past op al haar spotjes de NRC toe (die ook ziet op mogelijke schade van commerciële uitingen voor kinderen en jeugdigen) en daarnaast volgt de Ster de Kijkwijzer-classificatie bij het gebruik van beelden uit (bioscoop)films, series en televisieprogramma's in een aangeboden reclamespotje. Dit leidt tot het niet uitzenden van bepaalde reclames rond een kinderprogramma en/of het op een later tijdstip (na 20.00 respectievelijk 22.00 uur) uitzenden van het betreffende spotje.

⁴ Diverse medewerkers van de Ster hebben een training van NICAM gevolgd over de regels die NICAM hanteert.

⁵ Tweede Kamerlid Verhoeven (D66) heeft op 16 november 2015 bij de behandeling van de Mediabegroting 2016 gevraagd of in de Mediawet meer regels inzake online reclame moeten worden opgenomen. Ik heb toegezegd dit te onderzoeken in samenspraak met de Ster, de NPO en het Commissariaat voor de Media. Mijn conclusies zal ik dit najaar aan de Tweede Kamer toesturen.

Naar aanleiding van het overleg in de Eerste Kamer en gesprekken namens mij met betrokken organisaties, heeft de Ster besloten om zich nu ook formeel aan te sluiten bij NICAM/Kijkwijzer. Hiermee zal de bestaande praktijk van het toepassen van Kijkwijzer-principes nog verder worden versterkt; NICAM staat daar voor open. Ik juich dat toe en vind dat beide instellingen daarmee een duidelijk signaal afgeven van het belang dat zij hechten aan een zorgvuldige en omvattende beoordeling van reclameboodschappen.

Stand van zaken motie-Pieter Heerma

De motie verzoekt de regering om de mediawetgeving zodanig te moderniseren dat de Kijkwijzer van het NICAM gaat gelden voor audiovisuele producten op alle mediaplatforms die in Nederland uitgezonden worden. Bij de indiening van deze motie tijdens het Wetgevingsoverleg van 16 november 2015 in de Tweede Kamer heb ik gezegd dat ik hier met een positieve blik naar wil kijken, ofschoon ik nog niet weet of het daadwerkelijk haalbaar is om de Kijkwijzer te laten gelden voor alle audiovisuele producten op alle mediaplatforms in Nederland.⁶

Ik heb toen ook gezegd dit te willen bezien in samenhang met het voorstel van de Europese Commissie tot wijziging van de Europese Richtlijn voor Audiovisuele Mediadiensten (Richtlijn AVMD). Dit voorstel was ten tijde van de motie in voorbereiding en is onlangs openbaar gemaakt. Het bevat ook voorstellen ter versterking van de bescherming van minderjarigen in de huidige tijd. Het voorstel is namelijk om de bescherming voor non-lineaire diensten gelijk te trekken aan die voor lineaire diensten. Daarnaast wordt de reikwijdte van de Richtlijn in dit voorstel uitgebreid tot video-platformdiensten (video sharing platforms) voor zover het gaat om bescherming van minderjarigen en het voorkomen van haatzaaien.⁷

Het parlement ontving op 8 juli 2016 via de BNC-procedure een eerste oordeel van het kabinet met betrekking tot dit voorstel.⁸ De uitwerking van de motie-Pieter Heerma zal plaatsvinden in het kader van de behandeling van deze Richtlijn.

De Staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap,
S. Dekker

⁶ Nederland is alleen bevoegd regels te stellen voor diensten die in Nederland gevestigd zijn.

⁷ Een videoplatformdienst is in het voorstel gedefinieerd als een dienst, die bestaat uit de opslag van een grote hoeveelheid programma's of door gebruikers gegenereerde video's, waarvoor de aanbieder van het platform geen redactionele verantwoordelijkheid draagt: bijvoorbeeld YouTube.

⁸ BNC staat voor Beoordeling Nieuwe Commissievoorstellen. Kamerstukken II, 2015/2016, 22 112, nr. 2170.