

Wanneer u klachten hebt of lof

Een verkenning naar buitenlandse klachtensystemen over audiovisuele media voor ouders

Dr. Peter Nikken

Wanneer u klachten hebt of lof

*Een verkenning naar buitenlandse klachten-
systemen over audiovisuele media voor ouders*

Het Nederlands Jeugdinstituut heeft deze verkenning verricht in opdracht van het Ministerie van OCW,
Directie Media, Letteren en Bibliotheken

Dr. Peter Nikken

Nederlands Jeugdinstituut / NJi
Afdeling Jeugd en Opvoeding
Catharijnesingel 47
Postbus 19221, 3501 DE Utrecht
Telefoon: (030) 230 6344
Fax: (030) 230 6312
Website: www.nederlandsjeugdinstituut.nl
E-mail: infojeugd@nji.nl

© 2007 Nederlands Jeugdinstituut / NJi

Niets uit deze uitgave mag worden vermenigvuldigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of op enige andere wijze zonder voorafgaande schriftelijke toestemming.

Wanneer u klachten hebt of lof . . .¹

Bel dan *niet* de televisiestudio's in Bussum op! Heel wat mensen doen dit namelijk. De arme man die u tijdens of na een uitzending te woord staat is de portier van de desbetreffende studio en hij kan het echt niet helpen wanneer u zich opwindt over een bepaalde uitzending en hij voelt zich ook niet persoonlijk gevlaid wanneer u hem een pluim op de hoed steekt. U bereikt er alleen mee dat hij zijn kruiswoordpuzzel opzij moet leggen; waarmee we bedoelen dat hij zelfs niet eens weet waarover u zich druk maakt, want de goede man heeft geen toestel in zijn portiersloge staan. Portiers moeten naar bezoekers kijken – zo meent men van hogerhand – en niet naar het scherm.

Waar kunt u dan wel terecht met klachten en lof? Uiteraard bij de desbetreffende omroepverenigingen en waar het een N.T.S. programma betreft, bij de Nederlandse Televisie Stichting.

¹ Henk Prins, *Bij de T.V. Handboek voor kijkers*, Utrecht: Bruna & Zoon. (1962, p.84)

Inhoudsopgave

1	Inleiding en samenvatting	3
2	Vraagstelling.....	5
3	Klachtenprocedures in het buitenland.....	7
4	Particuliere organisaties voor burgers	15
5	Conclusies en aanbevelingen.....	20
	Lijst van gecontacteerde personen en organisaties	27
	Appendix.....	28

1 Inleiding en samenvatting

Op 12 september van dit jaar heeft de Staatkundig Gereformeerde Partij (SGP) het visiestuk *Waarden, Normen en Media*² aan Minister Plasterk van OCW aangeboden. In de notitie, die de rol van de overheid in de waarden- en normenoverdracht via de media behandelt, pleit de SGP onder andere voor een systeem waar ouders klachten over “immorele” televisieprogramma’s kwijt kunnen. Hierbij is als voorbeeld de Amerikaanse Parents Television Council aangehaald.

Minister Plasterk van OCW heeft bij de ontvangst van de SGP notitie laten weten onderzoek te zullen doen naar een dergelijk systeem en de Tweede Kamer in november hierover te informeren. Afhankelijk van de uitkomsten van dit onderzoek kan dan bezien worden of en hoe de overheid haar verantwoordelijkheid bij de overdracht van waarden en normen gestalte kan geven.

Als onderdeel van de beantwoording door Minister Plasterk heeft de afdeling Media, Letteren & Bibliotheken van OCW eind september aan het Nederlands Jeugdinstituut gevraagd een beperkte verkenning uit te voeren naar voorbeelden van klachtensysteem voor opvoeders in de VS en in andere landen die elementen kunnen leveren om ons Nederlandse stelsel te versterken.

Het hier voorliggende rapport doet verslag van die internationale verkenning naar klachtensystemen voor ouders over televisie en waar mogelijk over andere media. Het rapport pretendeert, gegeven de korte tijdsperiode voor de uitvoering, geenszins een uitputtend en uitvoerig overzicht te geven van alle mogelijke klachtensystemen. Wel is getracht een zo breed mogelijk beeld te geven van bestaande systemen. Het rapport geeft eerst een overzicht van bestaande klachtenprocedures die overheden in het buitenland opgezet hebben. Vervolgens worden diverse, meest Amerikaanse, particuliere initiatieven beschreven die actief zijn in het debat rond de geschiktheid van mediaproducties voor jeugdigen en die de burger willen ondersteunen bij het vormen van een mening en het uiten van klachten over mediaproducties. Hierbij moet opgemerkt worden dat termen als (on)geschikt, immoreel, schadelijk en (on)wenselijk in de praktijk door elkaar blijken te lopen.

Uit het overzicht van door overheden georganiseerde klachtensystemen blijkt ten eerste dat er meer criteria mogelijk zijn dan de huidige zes onderwerpen waarop het Nederlandse klachtenstelsel (Kijkwijzer en PEGI) is gebaseerd. Wel is het zo dat de mogelijke andere criteria waarmee in het buitenland de (on)geschiktheid van mediaproducties wordt getoetst veelal een sterk subjectief karakter hebben. Uitspraken over het al dan niet toelaatbare blijven daardoor bijna altijd aan debat onderhevig. De internationale verkenning van overheidsregelingen geeft daarnaast aan dat burgers, al dan niet in hun hoedanigheid van opvoeders, nauwelijks direct betrokken worden bij het onderhouden van de formele klachtensystemen of bij het vaststellen van de toe te passen criteria. Slechts in enkele landen laat de overheid ouders ad hoc wel eens via onderzoek betrekken.

² Schipaanboord (2007). *Waarden, normen en media: De visie van de SGP op de rol van de overheid in de waarden- en normenoverdracht via de media*. Den Haag: Staatkundig Gereformeerde Partij.

Uit het overzicht van (vooral Amerikaanse) particuliere organisaties die zich bezighouden met de (on)geschiktheid van mediaproducties voor minderjarigen komt naar voren dat er grofweg twee typen aanpak zijn. Sommige instellingen streven vanuit een uitgesproken overtuiging naar controle over de media. Vanuit die overtuiging assisteren deze initiatieven opvoeders in het uiten van klachten of treden ze in hun naam op. De macht van deze organisaties is afhankelijk van connecties in de politiek en de media en het vermogen om een grote campagne te kunnen organiseren. Deze particuliere organisaties worden veelal uit eigen middelen of via donaties gefinancierd. Een tweede type aanpak is het ondersteunen van opvoeders in het maken van weloverwogen eigen keuzes uit het media-aanbod voor hun kinderen. Deze organisaties kiezen juist bewust niet voor protesten, censuur of boycots, maar trachten op basis van (wetenschappelijk) gefundeerde informatie en kennis ouders te adviseren bij de mediaopvoeding. Ook deze instanties worden vaak gefinancierd uit donaties, maar ook wel via overheidsgelden, bijvoorbeeld direct via projectsubsidies of indirect via steun van achterliggende kennisinstellingen of universiteiten.

De mate waarin beide typen aanpak effectief zijn kon op basis van de verkregen informatie niet precies worden vastgesteld. Veel organisaties die een controleaanpak hanteren bestaan echter al zeer lang, hetgeen doet vermoeden dat hun missie – hoe legitiem ook – nog steeds niets vervuld is. Of de inspanningen om ouders meer bewust te maken van de media feitelijk tot een ander media-aanbod en of tot meer overwogen keuzes van het publiek leidt is ook niet uit de verzamelde informatie af te leiden. Er zijn wel aanwijzingen in de literatuur dat deze aanpak op de lange duur meer effect heeft dan oproepen tot boycots, censuur en protesten.

De korte verkenning leidt tot een set van concrete adviezen:

- De overheid hoeft zelf niet het initiatief te nemen tot het instellen van een Nederlands equivalent van een waakhondorganisatie als de Parents Television Council;
- Laat nieuw breed behoefte onderzoek uitvoeren naar aanvullende criteria voor Kijkwijzer en ga na of de bestaande classificatieresultaten en klachtuitspraken voldoende aansluiten bij de beleving van het publiek (kinderen, ouders, professionele opvoeders), daarbij dient wel rekenschap gegeven te worden van de toetsbaarheid van eventueel nieuwe criteria;
- Onderzoek of het wenselijk en haalbaar is om de toegankelijkheid van het NICAM klachtensysteem voor opvoeders te vergroten;
- Stimuleer de ontwikkeling van een organisatie die ouders en professionele opvoeders systematisch adviseert over de geschiktheid van mediaproducten voor kinderen.

2 Vraagstelling

Reageren op het aanbod van televisieprogramma's is van alledag. Zoals Henk Prins³ ruim 40 jaar geleden al schreef zijn er heel wat mensen die hun mening over wat de omroepen ons bieden in de vorm van een klacht of als lof willen uiten. Zulke reacties zijn logisch omdat de media opereren in onze publieke ruimte en fungeren als aanjagers voor het publieke debat. Henk Prins raadde bijna een halve eeuw geleden de burger die een klacht of lof had aan om die reactie te sturen naar de desbetreffende omroeporganisatie. Het medialandschap was toen nog redelijk overzichtelijk.

Op 12 september jl. heeft de SGP de notitie "*Waarden, Normen en Media*" uitgebracht. Hierin geeft de SGP haar visie op de rol die de overheid in de waarden en normenoverdracht via de media anno 2007 heeft en doet zij een aantal aanbevelingen om de klachten en lof van de burger beter tot hun recht te laten komen. Deze aanbevelingen zijn driedelig:

- mogelijke schadelijkheid beperken door verdere verbetering van het bestaande Kijkwijzersysteem;
- versterken van de weerbaarheid door kinderen en jongeren mediawijs te maken;
- een meer repressieve aanpak invoeren in de vorm van een stevig klachtensysteem waar ouders hun klachten over "*immorele*" programma's kwijt kunnen en waar programma's worden getoetst aan vooraf gestelde normen.

Bij het laatste punt haalt de SGP een Amerikaans voorbeeld aan: de Parents Television Council (PTC), een organisatie van ouders die alle vertoonde uitzendingen screent op door het Amerikaanse congres vastgestelde "ontoelaatbaarheden" en bij constatering van een overtreding daar aandacht voor vraagt.

Om tot een goede afweging te komen of een dergelijk klachtensysteem (dan wel elementen daaruit) ingepast kan worden in het huidige beleid zoals we dat in Nederland voeren is een korte verkenning en advies nodig. Het ministerie van OCW heeft het NJi gevraagd deze analyse uit te voeren en de bevindingen begin november op te leveren. Hierbij dient in beeld gebracht te worden hoe voor ouders bedoelde klachtensystemen over ongewenste media-producties voor kinderen functioneren. OCW stelt hierbij de volgende vragen:

- Hoe werkt een dergelijke organisatie/systeem?
- Uit welke elementen bestaat het?
- Welke partijen zijn erin vertegenwoordigd?
- Heeft het machtsinstrumenten en zo ja welke?
- Hoe zijn haar verantwoordelijkheden t.o.v. de verantwoordelijkheid die de overheid hierin draagt?
- Welke randvoorwaarden zijn nodig voor een dergelijke organisatie/systeem?
- Welke inhoudelijke normen hanteert de desbetreffende organisatie/systeem?
- Hoe vindt de financiering plaats van een dergelijke organisatie/systeem?

³ Prins (1962).

De verkenning dient uiteindelijk uit te monden in aanbevelingen voor de eventuele toepasbaarheid of invoering van een dergelijke organisatie/systeem in Nederland, waarbij rekening gehouden moet worden met het bestaande stelsel van klachtenprocedures en controle op mogelijk schadelijke media-inhouden zoals we dat in Nederland kennen. OCW vraagt hierbij de volgende zaken te betrekken:

- Welke toegevoegde waarde biedt een dergelijke organisatie/systeem, naast hetgeen we al hebben in Nederland?
- Hoe kan een dergelijk systeem vorm krijgen in Nederland (rekening houdend met het huidige bestel)?
- Vraagt de invoering van een dergelijk systeem om aanpassingen in het huidige bestel. Zo ja, welke?
- Verdient het de voorkeur om een dergelijk systeem te verbinden aan een al vormgegeven organisatie of dient deze apart van reeds bestaande organisaties opgezet te worden?
- Wat is, op basis van bestaande voorbeelden, een reële indicatie van de gewenste omvang (formatie en financieel) voor een dergelijke organisatie/systeem?

De leidende vraag voor deze verkenning is dus: Zijn er voorbeelden in de VS en in andere landen van een klachtensysteem voor opvoeders die elementen kunnen leveren om ons Nederlandse stelsel te versterken. Indien ja, kunnen zulke voorzieningen (of elementen daarvan) dan ingebed worden in het huidige bestel, gegeven de reeds bestaande mogelijkheden voor burgers om een eventuele klacht op het terrein van de media kenbaar te maken. Opvoeders kunnen momenteel immers al direct klagen bij de omroepen of zenders, de klachtencommissies van het NICAM en PEGI en bij de RCC, de klachtencommissie van de Stichting Reclamecode.

Om de hoofdvraag en de hiervoor geschetste subvragen te kunnen beantwoorden is ervoor gekozen om eerst een internationale verkenning te verrichten naar bestaande klachtenprocedures zoals die door overheden in verschillende landen worden onderhouden (hoofdstuk 3). Hier is voor gekozen, om daarmee beter te kunnen aangeven hoe particuliere initiatieven zich verhouden tot die formele klachtenprocedures. Na het overzicht van formele procedures volgt in hoofdstuk 4 een beschrijving van particuliere instanties die zich bezig houden met de (on)geschiktheid van mediaproducties voor minderjarigen. In hoofdstuk 5 worden conclusies getrokken en volgen tot slot enkele aanbevelingen.

Opgemerkt moet worden dat in deze verkenning diverse termen met betrekking tot klachten door elkaar gebruikt worden. Klachten van opvoeders kunnen gaan over media-uitingen die zij voor zichzelf of hun kinderen ongewenst, immoreel of ongeschikt vinden. Die kwalificaties lopen zoals hierna zal blijken ook in de praktijk van klachtensystemen en de afhandeling ervan door elkaar. De Nederlandse overheid heeft in lijn met het Verdrag inzake de rechten van het kind zichzelf momenteel tot taak gesteld media-uitingen voor jeugdigen enkel te toetsen op mogelijke schadelijkheid. Toetsing op (on)geschiktheid, onwenselijkheid of immoraliteit ziet de overheid momenteel niet als haar taak.

3 Klachtenprocedures in het buitenland

In 2006 heeft het Hans Bredow Instituut in opdracht van de Europese Commissie een studie verricht naar het functioneren van zelf- en coregulatie classificatiesystemen voor de media⁴. Bij die studie zijn negen landen binnen en vier landen buiten Europa betrokken. In deze landen hebben media-experts van overheidsinstanties en particuliere organisaties uit eigen beweging meegewerkt en informatie aangeleverd over (een deel van) de regulatie van de media. In deze informatie is soms ook aangegeven of er specifieke klachtenprocedures door de overheden georganiseerd zijn en welke criteria daarbij gehanteerd worden. In aanvulling op deze Europese studie zijn voor de huidige rapportage nog enkele andere landen bekeken op het bestaan van door de overheid georganiseerde procedures. Deze aanvullende landen zijn verzameld via contacten die het NICAM onderhoudt en via contacten van de auteur. Tabel 1 geeft een overzicht van de landen en de betrokken instanties in de huidige rapportage.

Het overzicht van klachtenprocedures zoals dat georganiseerd is door overheden wijst op enkele belangrijke principes. Ten eerste is duidelijk dat in de meeste landen klachten van burgers over individuele televisieprogramma's ingediend moeten worden bij een organisatie die vergelijkbaar is met het Nederlandse Commissariaat voor de Media. Dergelijke instituten ontvangen de klachten en toetsen deze aan de bestaande wetgeving of aan specifieke media-codes. In enkele landen dienen burgers hun klachten direct bij de desbetreffende omroepen of televisiezenders in te dienen. Pas wanneer die klachten niet naar behoren afgehandeld worden kan eventueel de rechter of een andere derde partij worden ingeschakeld voor een uitspraak.

Een tweede algemene conclusie die op basis van het overzicht getrokken kan worden is dat de klachtenprocedures in vrijwel alle landen per medium verschillen. Het is in andere landen zeer gebruikelijk dat klachten over televisieprogramma's op een andere wijze en via een andere organisatie worden afgehandeld dan bijvoorbeeld klachten over reclames, internet, videogames, bioscoopfilms of mobiele telefonie. Uniforme klachtenprocedures zoals het Nederlandse Kijkwijzersysteem hanteert voor verschillende typen media zijn in andere landen eerder uitzondering dan regel.

⁴ Hans Bredow Institut (2006). *Final Report: Study on co-regulation measures in the media sector*. Hamburg: Hans Bredow Institut.

Tabel 1. Overheidsregelingen om ongeschikte media ter discussie te stellen per land

Regelingen namens de overheid

Australië

- Televisie: Klachten direct bij de omroepen/ zenders. Indien niet naar behoren (binnen 60 dagen of onbevredigend) afgehandeld: de Australian Communication & Media Authority (ACMA).
- Internet: ACMA.
- Film: Classifications Operations Branch, onderdeel van de Classification Board.
- Reclame: Advertising Standards Bureau (ASB).

Canada

- Televisie: klachten indienen bij de Canadian Broadcasting Standards Council (CBSC) of de Canadian Radio-Television and Telecommunications Commission (CRTC).
- Reclame: Klachten ook via de CBSC en de Advertising Standards Canada (ASC).

Duitsland

Kommission fur Jugendmedienschutz (KJM) stuurt diverse controlesystemen aan:

- Televisie: Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen (FSF);
- Internet en mobiele telefonie: Multimediale Dienste-anbieter (FSM);
- Film: FSK;
- Videogames: USK;
- Reclame: Werberat.

Engeland

- Televisie: Ofcom
- Films en videogames: BBFC; hoewel daar geen vastomschreven criteria en procedures zijn.
- Voor mobiele diensten: Independent Mobile Classification Body (IMCB), nadat de klacht niet door de mobiele operator zelf afgehandeld kan worden.
- Reclame: Advertising Standards Authority.

Criteria bij televisieprogramma's

Klachten worden getoetst aan de Codes of practice en aan de Standards op diverse gebieden (kinderprogrammering, reclame, Australisch product, commerciële televisie etc.).

Klachten worden behandeld volgens vaststaande codes:, waarbij gelet wordt op:

- ethiek (menselijke waardigheid, rolstereotypering, prosociale kinderprogrammering, eerlijkheid in nieuws en reportages, openheid in religie en controversiële zaken);
- geweld (gratis en geromantiseerd);
- seksisme.

De FSF let op de context van het vertoonde bij beelden met geweld, seks (en sekserollen) en angstaanjagende elementen.

De Communications Act noemt de volgende onderwerpen waar omroepen rekening mee moeten houden:

- personen onder 18 jaar betrokken bij seks en andere offences;
- angst;
- verslavende middelen;
- aanstootgevend taalgebruik;
- naaktheid;

	<ul style="list-style-type: none"> • misleiding bij nieuws en reportages; • geweld (asociaal of verheerlijkend); • zelfmutilatie en zelfmoord; • gevaarlijk (voorbeeld) gedrag; • seks, seksueel geweld; • vernedering/menselijke waardigheid; • discriminatie in gedrag en taal; • positief voorstellen van het paranormale, occultisme of exorcisme; • misleidende levensveranderende adviezen voor gezondheid, financiën, werk of relaties.
<p>Frankrijk</p> <ul style="list-style-type: none"> • Televisie: Klachten indienen bij de Conseil Superieure de l'audiovisuel (CSA). • Reclame: Consumenten kunnen terecht bij Bureau de Verification de la Publicité (BVP) 	<p>Criteria konden niet vastgesteld worden</p>
<p>Griekenland</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reclame: Klachten bij de zelfregulatie raad voor reclame (SEE) 	<p>Criteria konden niet vastgesteld worden</p>
<p>Hongarije</p> <ul style="list-style-type: none"> • Televisie: klachten indienen bij de Complaint Committee van de Radio & Television Commission (ORTT); 	<p>De Hongaarse mediawet noemt geweld, seks en angst als belangrijke elementen die kinderen van verschillende leeftijden niet mogen schaden. Daarnaast zijn er regels voor reclame op televisie en gebalanceerde informatievoorziening.</p>
<p>Ierland</p> <ul style="list-style-type: none"> • Televisie: Broadcasting Complaints Commission. • Reclame: Advertising Standards Authority for Ireland. • Films: Geen vaste procedure. • Persuitingen: De persombudsman. 	<p>De Complaints Commission let op de volgende zaken:</p> <ul style="list-style-type: none"> • onpartijdigheid in nieuws en reportages; • smaak en zedelijkheid; • rechtmatigheid (law & order); • privacy, laster; • commerciële overtredingen. <p>De Code of Programme Standards wijst daarnaast op zaken als: geweld (expliciet indringend, seksueel, zelfdestructief, tegen kinderen); seks; taalgebruik; respect voor religie; antisociaal of gevaarlijk imiteerbaar gedrag; en middelengebruik.</p>
<p>Israël</p> <ul style="list-style-type: none"> • Televisie: Second Israeli Broadcasting Authority (ombudsman behandelt klachten van kijkers over radio, tv, reclame). 	<p>Criteria konden niet vastgesteld worden. Aangegeven is wel dat de oordelen van de ombudsman gebaseerd zijn op professionele kwaliteit en integriteit.</p>

Italië

- Televisie: Comitato di Applicazione del Codice di Autoregolamentazione TV e Minori (zelfregulatiesysteem).

Maleisië

- Televisie: Klachten direct indienen bij de zenders; indien onbevredigend kan de rechter een uitspraak doen.

Nieuw Zeeland

- Televisie: De Broadcasting Standards Authority (BSA) verwelkomt klachten van burgers om de normen voor de omroep hoog te houden. Klachten dienen wel eerst aan de omroep zelf te worden gestuurd. Opvoeders kunnen klagen over tv programma's, inclusief promo's en uitzendingen in politieke zendtijd.
- Reclame: Advertising Standards Authority (ASA).

Oostenrijk

- Televisie: KommAustria (reguleert media-aanbod en eventuele moeilijkheden). Austrian Board of Media Classification is een service panel voor filmclassificaties, informatie voor ouders en voor klachten. De board is daar niet actief op.

Singapore

- Televisie: Klachten indienen bij de Media Development Authority.
- Reclame: Advertising Standards Authority of Singapore.

Criteria konden niet vastgesteld worden. Er is wel een code met o.a. regels voor de deelname van kinderen aan tv programma's, de (gewelddadige) inhoud van programma's en reclame.

Criteria konden niet vastgesteld worden

De Standards Authority let op de volgende zaken:

- goede smaak en zedelijkheid;
- rechtmatigheid, balans, eerlijkheid;
- discriminatie;
- accuratesse;
- privacy;
- bescherming van kinderen;
- geweld;
- alcohol.

Criteria konden niet vastgesteld worden

Zaken in de mediawet:

- publiekelijk vertrouwen in de wet en overheid van Singapore;
- ras en religie;
- kinderprogramma's (geen misbruik van vertrouwen, bevorderen van sociale en morele ontwikkeling, verslavende middelen en grof taalgebruik, geweld en gevaarlijk gedrag, angst);
- sociale waarden (huwelijk – geen overspel etc., geen romantisering van homoseksualiteit, geen obscene of aanstootgevende grappen, geen discriminatie, geen zoenen);
- seks en seksueel geweld;
- naakt (mag alleen in niet-seksuele context);
- geen romantisering van geweld;

- gokken en anti-sociaal gedrag;
- terughoudend met paranormale en occultisme;
- eerlijk en gebalanceerd nieuws;
- muziekclips met terughoudendheid;
- standaard Engels als gesproken tekst m.u.v. lokale programmering.

Slovenië

- Televisie: Klachten formeel naar de Medijski Inspektor (Minister voor Cultuur), namens deze afgehandeld door de SRDF (= CvDM). Er is geen onafhankelijke klachtencommissie.
- Reclame: Een Raad voor reclame behandelt klachten over advertenties.

Verenigde Staten van Amerika

- Televisie: FCC behandelt klachten.

Zuid Afrika

- Televisie: Broadcasting Monitoring & Complaints Committee (BMCC) of de Broadcasting Complaints Commission of South Africa (BCCSA).

Zweden

- Televisie: Swedish Broadcasting Commission
- Films: National Board for Filmclassification - NBFC).

Een systeem dat vergelijkbaar is met Kijkwijzer gaat uit van:

- geweld;
- seks;
- alcohol/drugs;
- angst;
- discriminatie;
- taalgebruik.

De Communications Act noemt drie criteria:

- obsceniteit (te allen tijde verboden);
- onzedelijkheid (gebonden aan bepaalde uitzendtijden);
- godlastering (ook gebonden aan tijden).

De BCCSA heeft een code voor de toetsing van klachten die aangesloten zenders hebben afgesproken. Criteria en procedure konden niet vastgesteld worden

Er zijn geen formele procedures en standaarden beschikbaar (persoonlijke informatie Gunnel Arrback – NBFC)

Wanneer we kijken naar de typen criteria die in verschillende landen gehanteerd worden voor het toetsen of een televisieprogramma (of een andere productie) schadelijk dan wel ongeschikt is voor minderjarigen blijkt dat er geen universele criteria zijn. In sommige landen zijn slechts enkele algemene uitgangspunten voorhanden. In Amerika worden bijvoorbeeld slechts drie algemene criteria genoemd: obsceniteit, zedelijkheid en profaan taalgebruik (godlastering en grof vloeken). In andere landen bestaat juist een uitgebreide lijst van gedetailleerd omschreven criteria waar opvoeders een beroep op kunnen doen bij het klagen. Zowel voor de korte als de langere lijsten van criteria geldt wel dat die criteria meestal subjectief zijn. De Nederlandse mediasituatie onderscheidt zich wel van diverse buitenlandse stelsels door het ontbreken van specifieke mediacodes die binnen de publieke en of commerciële zenders gehanteerd worden⁵.

Het bestaan van omschreven criteria, subjectief of niet, is een eerste stap om burgers te ondersteunen bij het indienen van een klacht over mogelijk (voor jeugdigen) ongeschikte mediaproducties. Een tweede stap is vervolgens een werkzame operationalisatie van die criteria en de klachtenprocedure. In het volgende deel van dit hoofdstuk wordt nader ingegaan op de wijze waarop in enkele landen burgers in de gelegenheid worden gesteld om bij de overheid te klagen over een mediaproductie en in welke mate zij betrokken worden bij het tot stand komen van die criteria.

Amerika

De Amerikaanse Federal Communications Commission (FCC) definieert obscene als datgene wat een gemiddeld persoon volgens huidige maatschappelijke normen ongepast vindt. Er moet in beeld of in taal sprake zijn van aanstootgevend, seksueel geladen gedrag dat tegen de geldende wetgeving ingaat. Uitingen die een literaire, artistieke, politieke of wetenschappelijke kwaliteit bevatten zijn echter uitgesloten van obsceniteit en dus wel toegestaan⁶. Onzedelijk is al datgene wat volgens maatschappelijke normen aanstoet geeft, op het gebied van seks of uitwerpselen, maar nog niet als obscene geldt. Zulke uitingen vallen onder het recht op vrije meningsuiting en worden daarom op televisie alleen beperkt op de tijden dat veel kinderen kunnen kijken (van 6 uur 's ochtends tot 10 uur 's avonds). Profane taal is volgens de Amerikaanse wetgever taalgebruik dat zo aanstootgevend is dat het algemeen publiek het als hinderlijk ervaart. Ook deze uitingen zijn geweerd tussen 6 en 22 uur. De Amerikaanse televisiesituatie stemt dus overeen met de Nederlandse, in die zin dat er ook gewerkt wordt met een koppeling van uitzendtijden aan mogelijk schadelijk of ongewenste media-uitingen.

Tot op heden heeft de Amerikaanse staat de wetgeving voor onzedelijkheid en godlastering alleen toegepast op de conventionele, vrij te ontvangen omroepen en zenders. Obsceniteit is altijd van toepassing geweest op alle televisie-uitingen, ook die via een abonnement per kabel of satelliet bekeken kunnen worden. Een basissanctie op een overtreding bedraagt 7.000 US dollar. De sanctie kan afhankelijk van omstandigheden oplopen tot 32.500 US dollar. Als een overtreding in verschillende staten of via meerdere zenders is begaan wordt het sanctiebedrag voor elke staat of zender gerekend.

Indien een opvoeder in Amerika meent dat een televisie-uitzending op gespannen voet staat met de regelgeving voor onzedelijkheid, obsceniteit of goddeloosheid kan deze aan de hand van een FCC for-

⁵ Nijhoff. (2007). *Maatschappelijk relevante media: Publieke verantwoordelijkheid nemen* Mediasector, *overhead en samenleving*. Amersfoort: Wetenschappelijk Instituut van de ChristenUnie.

⁶ Het al dan niet obscene zijn van media-uitingen is overigens overgelaten aan de rechter en dan alsnog discutabel, getuige bijvoorbeeld de vele processen naar aanleiding van de bioscoopfilm 'Deep Throat' in de vorige eeuw. http://nl.wikipedia.org/wiki/Deep_Throat_%28film%29.

mulier (Form. 475B) een klacht indienen. Het formulier is via internet in te vullen (<http://fjallfoss.fcc.gov/cib/fcc475B.cfm>). Een klacht ingediend via e-mail, fax, brief, of telefoon wordt overigens ook in behandeling genomen. De FCC heeft altijd wel de volgende minimuminformatie nodig om een klacht af te kunnen handelen: een gedetailleerde beschrijving van wat gezegd is of wat te zien was en in welke context dit plaatsvond (een meegeleverde dvd- of video-opname wordt op prijs gesteld); het precieze moment van de uitzending en de naam van de uitzendende instantie.

Uit gegevens die de FCC op haar website heeft geplaatst blijkt niet op welke termijn een klacht afgehandeld wordt. Er wordt wel gestreefd naar maximaal 9 maanden. Ook is niet duidelijk of en hoe het publiek geraadpleegd wordt bij het vaststellen van de criteria waarop programma-inhouden getoetst worden. Naast de mogelijkheid tot het indienen van klachten biedt de FCC via een speciale ouderpagina op de website (www.fcc.gov/parents) wel algemene informatie en steun voor ouders om hun kinderen met de media op te voeden. Het gaat daarbij om algemene informatie over specifieke kindertelevisiewetgeving, het kindertelevisieaanbod, leeftijdclassificaties en gebruikelijke blokkeersystemen, kinderreclameregels, overgewicht, vermiste kinderen, internetprivacy regels en betaalde telefoondiensten. De mogelijkheid voor het indienen van een klacht over de televisieprogrammering op basis van onzedelijkheid, onfatsoenlijkheid of godslastering staat prominent op de home page van de website voor ouders. Daarnaast wordt aangegeven dat algemene klachten over ongewenste reclame, colportage et cetera ook mogelijk is.

Engeland

In Engeland is Ofcom het aanspreekpunt voor het reageren op alle media-uitingen, met uitzondering van reclames en nieuwsprogramma's. Ofcom adviseert klagers om bij vragen of onduidelijkheden eerst direct contact op te nemen met de uitzendende instantie en op die manier geholpen te worden. Indien een burger formeel wil klagen dient dat wel bij Ofcom te gebeuren. Klachten kunnen via internet worden ingediend (<http://www.ofcom.org.uk/complain/>) waarbij de klager in verschillende stappen door de procedure wordt geleid. Ofcom noemt specifieke programma-inhouden (zie Tabel 1) waarop een klacht over programma's of films voor jeugdigen en voor het algemene publiek betrekking kunnen hebben. Ofcom vraagt van klagers diverse adresgegevens om contact op te kunnen nemen, waarbij de klager kan aangeven of deze gegevens gebruikt mogen worden voor onderzoek en of ze gezien mogen worden door de beklagde. Verder vraagt Ofcom om de tijd en datum waarop het gewraakte programma is uitgezonden en door welke zender. De klacht zelf kan vrij door de klager worden omschreven. Elke klager krijgt op het opgegeven email adres een bevestiging van de ingestuurde klacht. Er is niet aangegeven op welke termijn een klacht wordt afgehandeld. Er wordt wel gesteld dat het niet langer dan zes maanden mag duren.

Ofcom rekent het tot haar standaardbeleid om het publiek en de media-industrie geregeld te consulteren over onderwerpen waar Ofcom uitspraken over doet. Opvoeders worden dan gevraagd naar hun idee over het aanbod van de Engelse omroepen en de toegepaste criteria. Een studie van vier jaar terug wees bijvoorbeeld uit dat ouders vooral zorgen hebben over geweld, seks/bloot en taal, maar ook over gevaarlijk gedrag, promiscuïteit, extreme seksuele gedragingen en respectloos gedrag⁷. Het is echter geen standaardbeleid om opvoeders mee te laten denken over de klachtenprocedure zelf.

Nieuw Zeeland

In Nieuw-Zeeland wordt door de Broadcasting Standards Authority (BSA) een uitgebreide lijst van mogelijk ongeschikte inhouden gehanteerd voor het behandelen van klachten (zie Tabel 1). De BSA behandelt klachten in principe niet zelf, maar heeft voor burgers die bij een omroep of zender willen klagen een klachtenformulier beschikbaar via internet (www.bsa.govt.nz). Voorwaarden voor het ont-

⁷ Millwood Hargrave (2003). *Broadcasting Standards Regulation*. Londen: Ofcom.

vankelijk verklaren van een klacht zijn: (a) het moet op papier staan (of elektronisch beschikbaar zijn), (b) binnen 20 werkdagen na de vermeende overtreding zijn ingediend bij de omroep, (c) aangeven om welk programma en welke zender het gaat, en (d) aangeven welk criterium is overtreden en waarom dat zo is volgens de klager. Een nauwkeurige beschrijving van de overtreding wordt door de BSA aangeraden. Indien een omroep niet op tijd (binnen 20 werkdagen) of onvoldoende reageert kan de BSA in tweede instantie de klacht overnemen en alsnog namens de klager om opheldering vragen. De BSA heeft zichzelf verplicht om binnen een vaste termijn (ca. een maand) de klacht af te handelen.

De BSA meldt op haar website dat het soms onderzoek laat verrichten naar hoe het publiek en de media-industrie omgaan met de criteria. De betrokkenheid van opvoeders is echter ad hoc bij het opstellen en uitwerken van het klachtensysteem.

Conclusies voor overheidsregelingen

De Hans Bredow studie⁸ concludeert op basis van de aangeleverde informatie over zelf- en coregulering van media in diverse landen dat er nauwelijks duidelijke criteria en procedures zijn waarop de geschiktheid of ongeschiktheid van mediaproducties voor jeugdigen getoetst kan worden. Zoals uit de aanvullende informatie in deze rapportage blijkt zijn er echter wel degelijk concrete procedures en criteria mogelijk. De vraag is hierbij wel in welke mate de hier verzamelde criteria bruikbaar zijn als duidelijk toetsbare criteria. Algemene criteria als onzedelijk, obscene, positief voorstellen van occultisme etc. zijn en blijven alle zeer subjectief. De Amerikaanse overheid geeft hierbij bijvoorbeeld aan dat de toets ligt bij “de gemiddelde burger”. Het is echter de vraag of dit een praktisch bruikbaar criterium is.

De Europese studie van het Bredow Instituut concludeert op basis van de geleverde informatie ook dat bijna alle regulatiesystemen onvoldoende openheid aan de burger bieden om invloed uit te oefenen op het mediabeleid. Er is in de meeste landen onvoldoende transparantie over de wijze waarop opvoeders een klacht kunnen indienen over mediaproducties en hoe zij bij kunnen dragen aan het opbouwen van het klachtensysteem. De onderzoekers bevelen daarom aan dat het creëren van openheid voor specifieke groepen van de bevolking, zoals ouders in hun hoedanigheid van opvoeder, essentieel is voor het welslagen van een goed functionerend classificatiesysteem. Zoals hierboven is aangegeven hebben burgers in sommige landen echter wel degelijk de mogelijkheid om via toegankelijke kanalen als internet stapsgewijs hun reacties over het media-aanbod in te dienen. De nader bekeken procedures in Amerika, Engeland en Nieuw-Zeeland geven aan dat opvoeders hiermee concreet gestimuleerd kunnen worden tot het ondernemen van actie.

In sommige landen nemen de instanties die zich bezig houden met klachten van het mediapubliek ook regelmatig het initiatief tot onderzoek naar wat opvoeders en de media-industrie vinden van de codes, het media-aanbod en soms ook van de toepassing van de klachtenprocedures. In hoeverre deze mogelijkheden er feitelijk toe bijdragen dat de klachtensystemen versterkt worden en ook gedragen worden door opvoeders is op basis van de gevonden informatie onbekend. Het is echter wel aannemelijk dat een grotere betrokkenheid leidt tot een groter draagvlak onder burgers.

⁸ Hans Bredow Instituut.

4 *Particuliere organisaties voor burgers*

Via een internetspeurtocht zijn diverse organisaties opgespoord die als belangenvertegenwoordiger van burgers, c.q. opvoeders, optreden. Om onbekende organisaties te vinden is via Google gezocht met zoektermen als watchdog, civil society representative, parent association, complaint system, en consumer protection body in combinatie met media en television. Dit leidde tot diverse, meest Engelstalige, organisaties. Via adresgegevens van het NICAM, via eigen buitenlandse contacten en via links van de gevonden organisaties is daarnaast vastgesteld of er nog meer organisaties zijn, met name in niet-Engelstalige landen. Indien bleek dat er in een land zeker geen lobbyorganisaties voor ouders actief zijn is dit voor de volledigheid ook in dit rapport opgenomen. Tot slot zijn de gevonden (Amerikaanse) organisaties vergeleken met een overzicht van Trotta (2001)⁹.

Vervolgens is voor de gevonden organisaties via een bezoek aan hun website nagegaan of deze particuliere initiatieven zich specifiek bezig houden met de (on)geschiktheid van mediaproducties voor minderjarigen en of er sprake is van een klachtenprocedure. Bij deze controle zijn sommige organisaties weer verwijderd uit het overzicht, omdat zij bijvoorbeeld eerder een lobbyorganisatie voor de televisie- of filmindustrie zijn dan een organisatie voor ouders of omdat het niet specifiek over jeugdige mediagebruikers gaat. Tabel 2 geeft een verkort overzicht van hoe per land de gevonden organisaties actief zijn en, indien bekend, of er helemaal geen lobbyorganisaties zijn. In de Appendix is een wat uitgebreidere beschrijving van de gevonden organisaties te vinden.

Zoals uit het overzicht van Tabel 2 blijkt zijn particuliere organisaties die zich bezig houden met de (on)geschiktheid van mediaproducties (voor jeugdigen) wereldwijd niet dik gezaaid. Een uitzondering hierop lijkt Amerika waar juist een enorm grote hoeveelheid particuliere initiatieven gevonden is.

Grofweg zijn de organisaties in twee typen in te delen: (a) organisaties die als basisidee hebben dat de media sterk gecontroleerd moeten worden en dat opvoeders en hun kinderen kwetsbare slachtoffers kunnen zijn van de commerciële belangen van de media en (b) organisaties die ervan uitgaan dat opvoeders en hun kinderen er vooral bij gebaat zijn dat zij goed geïnformeerd zijn over de media en zelf bewuste keuzes moeten maken. Dit betekent niet dat alle organisaties slechts tot een type behoren, maar het zijn wel twee onderscheidende uitgangspunten die in de analyse naar voren zijn gekomen.

⁹ Trotta, L. (2001). Children's advocacy groups: A history and analysis. In: D. Singer & J. Singer. *Handbook of Children and the Media*, p.699-719. Thousand Oaks: Sage.

Tabel 2. Overzicht van organisaties die voor jeugdigen ongeschikte televisieprogramma's ter discussie stellen per land

Organisaties	Type actie	
Australië	<ul style="list-style-type: none"> • Young Media Australia (non-profit; bestuur uit kinderrechtenorganisaties; lidmaatschap, donaties en projectsubsidies; gebaseerd op academische kennis over jeugd en media) 	Kenniscentrum over jeugd en media; treedt ad hoc op als belangenvertegenwoordiger namens ouders, maar zonder machtspositie. Voor formele klachten wordt doorverwezen naar de officiële instanties en procedures.
België	<ul style="list-style-type: none"> • Gezinsbond (vereniging met ouderleden; visie: het belang van het gezin behartigen en ijveren voor een gezins- en kindvriendelijk klimaat; gebaseerd op kennis- en beleidsdossiers). 	Kenniscentrum dat namens ouders wil optreden naar de overheid; niet structureel actief naar de omroepen toe; er is wel een ondersteuningsactie bij het veilig omgaan met internet door kinderen.
Canada	<ul style="list-style-type: none"> • Media Awareness (non-profit; contributie, donaties en projectsubsidies; gebaseerd op wetenschappelijke kennis over kind en media). 	Kenniscentrum met gidsfunctie over media-educatie; wil bij ouders vooral eigen bewuste keuzes stimuleren via informatievoorziening i.p.v. pleitbezorging. Voor klachten wordt verwezen naar de formele instanties.
Duitsland	<ul style="list-style-type: none"> • Programmberatung für Eltern – Flimmo (non-profit, contributie, subsidie en sponsoring van zenders; basisidee: ouders moeten goed geïnformeerd zijn over tv aanbod). 	Kwartaalblad met beschrijvingen van tv programma's op basis van geschiktheid voor specifieke leeftijden; tevens internetsite met programma-informatie.
Denemarken	<ul style="list-style-type: none"> • Geen lobbyorganisaties 	Informeert over bestaande classificatiesystemen; verwijst ouders met klacht naar de officiële klachtenprocedure en instanties.
Engeland	<ul style="list-style-type: none"> • Ask About Games (coalitie van film- en game classificatie organisaties; eigen financiering; basisidee: geen censuur, maar bewust kunnen kiezen). • Mediawatch-uk (vereniging; contributie en donaties; basisidee: ondanks wetgeving voor geweld en zedelijkheid prevaleren commerciële belangen, dit vanuit christelijke waarden tegen gaan). • Savekids TV (coalitie van ouders, mediamakers, professionele opvoeders; donaties en subsidie; idee: streeft naar goede kinder-tv). 	Vraagt namens de burger om een geweldvrij en zedelijk media-aanbod via protestcampagnes en politieke lobby; verwijst ouders naar procedures om te klagen; publiceert nieuwsbrieven en rapporten. Treedt namens kinderen op naar de overheid om positie van kinder-tv-aanbod te verbeteren en commercie tegen te gaan; geen klachtenloket.
Hongarije	<ul style="list-style-type: none"> • Geen lobbyorganisaties 	
Ierland	<ul style="list-style-type: none"> • Geen lobbyorganisaties 	
Israël	<ul style="list-style-type: none"> • Geen lobbyorganisaties 	
Nieuw Zeeland	<ul style="list-style-type: none"> • Geen lobbyorganisaties 	
Verenigde Staten van Amerika	<ul style="list-style-type: none"> • American Association of Pediatrics (vereniging van 60.000 kinderartsen; subsidie; gebaseerd op wetenschappelijke kennis over gezondheid en media). 	Heeft het gezondheidsproject Media Matters opgezet om kinderartsen te informeren over media; biedt een standaardbrief voor ouders aan om een klacht over films of dvd's te schrijven aan bioscopen en retailers.

- Campaign for Commercial-Free Childhood (non-profit coalitie van ouders en mediadeskundigen; donaties; basisidee: wetenschappelijke kennis over media en commercie).
- Center on Alcohol Marketing & Youth (kenniscentrum van Georgetown University; donaties en projectsubsidies; gebaseerd op wetenschappelijk kennis over alcohol, media en jeugd).
- CommonSenseMedia (CSM – coalitie van ouders en deskundigen; donaties, subsidies en sponsoring; gebaseerd op idee dat ouders zelf bewuste keuze voor goede producten moeten maken).
- Dove (non-profit; basisidee: christelijke waarden en geen commerciële pressie)
- Kaiser Family Foundation (onafhankelijk kenniscentrum voor geestelijke gezondheid; subsidies; basisidee: burger moet goed geïnformeerd zijn).
- Morality in Media (non-profit; donaties; gefundeerd op kerkelijke autoriteiten met als doel waardigheid hoog te houden).
- National Alliance for Non-violent Programming (non-profit ouderorganisatie; donaties en projectsubsidie; gebaseerd op ideeën van M. Gandhi).
- National Institute on Media and the Family (onafhankelijk kenniscentrum gelieerd aan verschillende universiteiten; donaties, subsidie en sponsoring; gebaseerd op wetenschappelijke kennis).
- Parents Television Council (ouderorganisatie; donaties; gebaseerd op idee dat ouders zelf moeten kiezen en dat overheid moet toezien op naleving van de wet).
- Smart Television Alliance (coalitie van oudervertegenwoordigers – o.a. PTC en CSM; donaties, subsidies en sponsoring; basisidee: ouders moeten zelf keuzes maken in aanbod van (te veel) mediageweld en onzedelijkheid).
- TV Watch (coalitie van mediaorganisaties; eigen financiering; basisidee: ouders moeten zelf bewust kiezen en classificatiesystemen gebruiken).
- geen lobbyorganisaties

Voert in naam van opvoeders ad hoc campagnes tegen commerciële uitingen die het belang van kinderen kunnen schaden; organiseert ook jaarlijks een congres.

Kenniscentrum voor alcoholreclame in de media; doet onderzoek; organiseert politieke lobbies; adviseert ouders om te klagen bij overtredingen en biedt daarbij procedurele ondersteuning.

Biedt beschrijvingen van mediaproducties met kwaliteitsoordeel zodat ouders zelf bewuste keuzes kunnen maken; tevens een forum en achtergrondinformatie.

Kiest bewust niet voor protesten, maar voor het belonen van de betere bioscoopfilm en dvd met een zegel.

Verzorgt rapportages over jeugd en media en mogelijke risico's; bewust geen klachtenloket.

Informeert en verwijst naar wetgeving over obsceniteit; biedt advies bij het indienen van klachten bij de FCC.

Verzorgt materialen, educatie en voorlichting over zinloos mediageweld; organiseert ook task forces die bewustzijn stimuleren i.p.v. protesteren.

Verzamelt kennis over jeugd en media; treedt namens opvoeders op naar de overheid en media-industrie om positieve effecten te maximaliseren; streeft bewust niet naar censuur.

Analyseert steekproefsgewijs het prime-time aanbod en rapporteert hierover; accent ligt op overtredingen van decency en obsceniteit vanuit christelijke waarden; treedt namens ouders op naar overheid en media-industrie; adviseert bij het indienen van klachten bij de FCC.

Biedt een gezamenlijk overzicht van beoordeelde mediaproducties voor ouders; informeert over hoe een klacht ingediend kan worden bij de FCC).

Promotie van kennis bij ouders over leeftijdclassificaties; bewust tegen het censureren van mediaproducties.

Organisaties die controle willen uitoefenen over de media zetten hun basisidee kracht bij door namens de burgers op te treden in politieke lobbies en via campagnes en door de burger te verwijzen naar de formele procedures voor klachten. De organisaties kunnen namelijk alleen opereren binnen een bestaand klachtensysteem en alleen achteraf de ongeschiktheid of ongewenstheid van een mediaproductie aan de orde stellen. Het is voor sommige van hen wel mogelijk om een grote achterban te mobiliseren en daarlangs de (on)geschiktheid van mediaproducties in het publieke of politieke debat te agenderen. Vooral grotere organisaties als de Parents Television Council of Campaign for a Commercial-Free Childhood zijn via hun connecties in de politiek en de media in staat om een grote lobby te organiseren.

Uit gegevens van de organisaties zelf blijkt niet overduidelijk of de in het verleden georganiseerde campagnes er toe hebben bijgedragen dat de overheidsystemen en het mediabeleid drastisch veranderd zijn; gegeven het lange bestaan van sommige initiatieven bestaat de indruk dat zij hun missie nog lang niet volbracht zien.

De organisaties die controle uit willen oefenen over het media-aanbod zijn, tot slot, meestal ook te typeren als organisaties die vanuit een uitgesproken (levens)overtuiging de geschiktheid van het media-aanbod voor jeugdigen beoordelen. Vooral in de Angelsaksische landen opereren veel instanties vanuit een religieusmorele achtergrond. Organisaties die deze aanpak voorstaan worden geen van alle gefinancierd vanuit de overheid, maar zijn vooral gebaseerd op gelden uit lidmaatschappen en donaties.

Instellingen die nastreven dat opvoeders zelf bewuste keuzes maken, kiezen juist niet voor protesten, censuur of boycotts, maar trachten meestal op basis van (wetenschappelijk) gefundeerde informatie en kennis ouders te adviseren bij de mediaopvoeding. Binnen deze aanpak wordt getracht op grond van gefundeerde uitspraken over mediaproducties in relatie tot kennis over mogelijke effecten van specifieke inhoud en ouders zodanig te informeren dat zij een beslissing kunnen nemen of de producties aansluiten op de eigen opvattingen over opvoeden en opgroeien. Juist omdat waarden en normen per gezin kunnen verschillen kunnen opvoeders met de informatie een eigen beslissing nemen over de (on)geschiktheid van programma's. Deze instanties worden vaak gefinancierd uit donaties en lidmaatschappen, maar ook wel via (overheid)subsidies. Zulke subsidies bestaan dan vaak uit ad hoc projectsubsidies of uit indirecte steun via de universiteiten of andere kenniscentra waaraan de organisaties gekoppeld zijn. De mate waarin het informeren van het publiek door deze organisaties effectief is kon hier niet worden vastgesteld.

Conclusies voor particuliere initiatieven

Trotta¹⁰ noemt in haar overzicht van Amerikaanse organisaties een zevental activiteiten die uitgevoerd worden om een verandering te realiseren in het media-aanbod voor kinderen: (a) onafhankelijk onderzoek uitvoeren; (b) mediawijsheid bevorderen; (c) positief bewustzijn binnen de media-industrie stimuleren; (d) consultatie en advies leveren aan de media-industrie; (e) overheid mobiliseren; (f) protesten en boycotts organiseren; en (g) nieuws campagnes opzetten. Hoewel er aanwijzingen zijn dat lobbyorganisaties soms succesvol

¹⁰ Ibid.

opereren is Trotta's eindconclusie evenwel dat de effectiviteit van de Amerikaanse organisaties op wat er feitelijk wordt uitgezonden gering is. Dat wil zeggen, de veranderingen in de media-industrie en het mediabeleid van de overheid verlopen zo langzaam en worden door zo veel factoren beïnvloed, dat het niet vast te stellen is of de acties van de lobbyorganisaties er werkelijk toe doen. Het huidige overzicht deelt die conclusie. Een aantal van de 33 door Trotta genoemde organisaties blijkt bijvoorbeeld inmiddels al niet meer te bestaan. Ook wordt uit de gegevens van de bekeken organisaties niet duidelijk dat zij het medialandschap in de desbetreffende landen rigoureuus weten te veranderen. Organisaties die vooral protesten, boycotts en controle over de media nastreven zijn dan ook beperkt, omdat zij altijd moeten opereren binnen het stelsel dat de overheid biedt voor het uiten van klachten.

Acties van lobbyorganisaties gericht op het bewustzijn van zowel het publiek als van personen binnen de media-industrie lijken volgens de analyse van Trotta wel meer effect te sorteren. Vooral coalities van organisaties die grotere groepen van het publiek representeren en die connecties hebben bij de overheid en de media-industrie kunnen het debat en de bewustwording bij (professionele) opvoeders wel sturen. Deze organisaties beschikken over een lange adem en kunnen het tempo van snelle ontwikkelingen binnen de media-industrie bijhouden, vaak omdat zij gelieerd zijn aan kenniscentra of universiteiten. Dit heeft als groot voordeel dat de uitspraken van deze organisaties eerder onafhankelijk zijn en daardoor ook in een meer positief daglicht worden gezien dan protestuitingen. De bereidheid van de media-industrie om te luisteren en de mogelijkheid van de overheid of andere onpartijdige instanties tot financiering is daarmee groter.

De gewenstheid van organisaties die mediawijsheid bij opvoeders bevorderen wordt ondersteund door een onderzoek van het Amerikaanse onderzoeksbureau PEW¹¹. Bij een steekproef van ruim 1.500 Amerikaanse ouders bleek een overgrote meerderheid een gezond mediagedrag bij de kinderen vooral toe te schrijven aan de bemoeienis van de ouders. De confrontatie met ongeschikte media-inhoud is volgens 79% van de ouders de schuld van ouders zelf en niet van onvoldoende wetgeving of van foute leeftijdsclassificaties.

¹¹ PEW (2005). *New concerns about internet and reality shows: Support for tougher indecency measures, but worries about government intrusiveness*. Washington: PEW Research Center.

5 Conclusies en aanbevelingen

Heeft de overheid tot taak een waakhondorganisatie in te voeren?

De SGP pleit in haar notitie voor het invoeren van een stevig klachtensysteem waar ouders hun klachten over ongewenste, c.q. “immorele” mediaproducten kwijt kunnen en waar programma’s getoetst worden aan vooraf gestelde normen. DE SGP noemt hierbij de Amerikaanse lobbyorganisatie Parents Television Council (PTC) als voorbeeld. Het Ministerie van OCW wilde hierop weten of de invoering van een dergelijk klachtensysteem of organisatie een toegevoegde waarde heeft ten opzicht van het bestaande klachtenstelsel.

De korte analyse van bestaande internationale klachtensystemen en lobbyorganisaties ondersteunt niet direct het pleidooi van de SGP om vanuit de overheid actie te ondernemen voor een Nederlandse versie van de PTC.

Analoog aan diverse landen in Europa of daarbuiten heeft de Nederlandse overheid reeds een stelsel van maatregelen waarmee getracht wordt jeugdigen zo optimaal mogelijk te beschermen tegen mogelijk ongewenste media-invloeden. Het gaat hierbij met name om de Reclame Code Commissie, het NICAM en het Commissariaat voor de Media. Deze instanties zien toe op de schadelijkheid van de media en koppelen deze inhouden aan beperkingen in toelaatbaarheid gebaseerd op specifieke inhouden, leeftijden en in het geval van televisie aan uitzendtijden. Het is de vraag of de (on)geschiktheid van media-uitingen voor jeugdigen namens de overheid ook bij een van deze actoren belegd kan worden gegeven het feit dat uitspraken over ongeschikte en immorele programma’s beduidend meer subjectiviteit in zich dragen dan over mogelijke schadelijkheid. Bovendien zou een instantie als het Commissariaat voor de Media alleen toezicht kunnen houden op organisaties die vanuit Nederland opereren.

Nederland kent een uniek systeem van geconditioneerde zelfregulering van media-inhouden. In het spanningsveld tussen vrijheid van meningsuiting door de media en maatschappelijk onaanvaardbare zaken is het niet de overheid die de grenzen van het toelaatbare bepaalt, maar de samenleving zelf. Voor de media bestaat het NICAM systeem van Kijkwijzer waarbij de burger de mogelijkheid heeft om aan de hand van een transparante procedure zich te beklagen over voor jeugdigen ongeschikte, d.w.z. schadelijke, mediaproducties. Klachten die op meerdere media betrekking kunnen hebben worden door een onafhankelijke raad in behandeling genomen. Indien een overtreding van de regels wordt geconstateerd zijn de gehanteerde sancties: boetes en eventueel zelfs uitzetting uit het gilde. De bedoeling van dit onafhankelijk vangnet is dat de beroepsbeoefenaren rekenschap geven van de criteria. Uitspraken van de klachtencommissies moeten ertoe bijdragen dat verdere overtredingen van schadelijke uitingen worden voorkomen. Voor reclame-uitingen kent Nederland een iets anders systeem, de Reclame Code Commissie (RCC), waar eveneens een aparte raad klachten behandelt en uitspraken doet over de toelaatbaarheid van spots.

Blijkens een studie van medewerkers van de Universiteit van Amsterdam¹² weten opvoeders de weg naar het NICAM klachtensysteem goed te vinden en wordt Kijkwijzer kritisch door hen gevolgd. Zowel het NICAM als de RCC hebben een set van omschreven criteria of inhoud en waarop terug gevallen wordt bij het toetsen van een klacht. Voor beide systemen geldt wel dat klachten altijd pas na een vermeende overtreding kunnen worden ingediend en het kwaad in principe al is geschied. De werkzaamheid van dit systeem wijkt daarmee niet af van het Amerikaanse voorbeeld van de PTC. De invoering van een Nederlandse equivalent zou in die zin dus ook geen meerwaarde hebben.

De analyse van particuliere initiatieven wijst uit dat het bestaan van lobbyorganisaties die zich bezig houden met de (on)geschiktheid van media voor jeugdigen wereldwijd ook beperkt lijkt. Alleen in de Verenigde Staten is daadwerkelijk een groot aantal organisaties actief om ervoor te zorgen dat het debat over gewenste en ongewenste media-inhoud levendig wordt gevoerd. Het feit dat er zo veel Amerikaanse organisaties zijn gevonden kan wellicht deels verklaard worden door de gekozen zoekstrategie via Google en Engelstalige zoektermen. Een andere verklaring is echter ook mogelijk. Uit contacten via eigen (Europese) netwerken bleek namelijk dat er aanzienlijk minder Europese lobbyorganisaties actief zijn. Mogelijk is de veelheid van Amerikaanse lobbyorganisaties dan ook toe te schrijven aan de lokale situatie, namelijk de beperkte set van sterk subjectieve criteria die de overheid hanteert voor ongewenste mediaproducten. Subjectieve termen als onzedelijk, obscene en profaan nodigen juist uit voor een debat over waar de grenzen liggen en vergroten daarmee de kans op waakhond- en lobbyorganisaties. Mede naar aanleiding van de bioscoopfilm *Deep Throat* is bijvoorbeeld gebleken dat de discussie over obsceniteit in een artistieke uiting uiterst fel gevoerd kan worden en dat maatschappelijke opinies over normen en waarden in mediaproducten continue aan verandering onderhevig zijn¹³.

De gevonden particuliere lobbyorganisaties functioneren, blijkens de korte analyse, grofweg op twee wijzen: ofwel wordt gestreefd naar controle over de media-inhoud, ofwel wordt gestreefd naar het bevorderen van mediawijsheid bij opvoeders en kinderen, zodat zij zelf bewuste keuzes kunnen maken uit het media-aanbod. Bij de controleorganisaties, zoals de PTC, wordt uitgegaan van bepaalde overtuigingen en wordt middels lobbies bij politiek en de media getracht die overtuiging over het voetlicht te krijgen. Het is echter onduidelijk in hoeverre de acties volgens deze aanpak werkelijk effectief zijn om een verandering in het medialandschap aan te brengen. Het is ook de vraag of de missies van dergelijke organisaties op een onverdeelde consensus onder de bevolking kunnen bogen. In het alledaags verkeer en in verschillende sectoren van de samenleving zijn nu eenmaal verschillende gewoonten en gangbare praktijken die in de loop der tijd ook weer kunnen verschuiven¹⁴. Daarnaast blijft de macht beperkt, omdat de overheid de klachtenprocedures en de criteria bepaalt. Verder is gebleken dat controlegerichte lobbyorganisaties gebaseerd zijn op eigen financie-

¹² Jansz, Buitenga & Dekker. (2007). *Klachten over de toepassing van Kijkwijzer: Een onderzoek naar de klachten die kijkers bij het NICAM indienden van 2001 tot en met 2005*. Hilversum: NICAM

¹³ http://nl.wikipedia.org/wiki/Deep_Throat_%28film%29.

¹⁴ Nijhoff.

ring die hoofdzakelijk bestaat uit contributie van leden en donaties. Organisaties die hun missie baseren op een specifieke (levens)overtuiging worden dan ook niet door een overheid gefinancierd en onderhouden.

Daarmee is overigens niet gezegd dat het debat over onderwerpen als onzedelijkheid, god-lastering, obsceniteit, gebalanceerde informatie voorziening, aanstootgevendheid, gevaarlijk of anti-sociaal gedrag etc., niet gestimuleerd moet worden, integendeel. Het is voor “het scherp” houden van Kijkwijzer, PEGI en de Reclame Code Commissie wel degelijk gewenst dat deze onderwerpen regelmatig naar voren komen via congressen, journalistieke publicaties etc. Het ligt echter niet in de verwachting dat de overheid het initiatief neemt tot het instellen van een structuur of organisatie waarlangs dergelijke subjectieve onderwerpen worden gecontroleerd of opgelegd, maar eerder dat het debat over deze onderwerpen vanuit particulier initiatief wordt opgepakt.

Dit leidt tot de volgende concrete aanbeveling:

1. De overheid hoeft zelf niet het initiatief te nemen tot het instellen van een Nederlandse waakhondequivalent van de Parents Television Council.

Zoals hierboven reeds aangegeven verdient het wel aanbeveling om na te gaan of de overheid ertoe kan bijdragen dat het bestaande klachtensysteem van Kijkwijzer (en eventueel ook van de RCC) met meer criteria wordt uitgebreid en ook meer toegankelijk kan worden gemaakt. Het systeem van zelfregulering kan immers alleen goed functioneren indien er voldoende controle is en bijsturing kan geschieden. Van de overheid mag daarom verwacht worden dat zij stelsels en organisaties stimuleert die de bestaande zelfregulering versterkt. Met name gaat het hierbij om de betrokkenheid van ouders. De verrichte verkenning leidt tot een drietal nadere acties die hieronder worden uitgewerkt.

Welke media-inhouden zijn ‘ongewenst’?

Om er voor te zorgen dat er zo weinig mogelijk klachten van het publiek over media-uitingen komen is het van belang dat de zelfregulering in de media in zichzelf al zo valide is dat discussies over mogelijk ongewenste uitingen al zo veel als kan worden voorkomen. Een mogelijkheid is, naar buitenlands voorbeeld, de instelling van een specifieke mediacode waarin de beroepsgroepen op professionele gronden eigen gedragsregels opstellen. Voorwaarde voor een goed functionerend systeem is wel dat de code toetsbaar is¹⁵. In het verlengde hiervan is het ook denkbaar dat elementen uit zo’n code een plek krijgen binnen het bestaande stelsel van Kijkwijzer.

Kijkwijzer hanteert momenteel zes mogelijk schadelijke inhouden: geweld, angst, seks, alcohol/drugs, discriminatie en grof taalgebruik. Deze inhouden zijn bij de opzet van het systeem bepaald aan de hand van behoefteonderzoek onder opvoeders¹⁶ en op voordracht van de overheid. Zoals uit het overzicht van in het buitenland gehanteerde criteria blijkt, is een

¹⁵ Nijhoff. (2007).

¹⁶ Peeters & Valkenburg. (1999). Classificatie van audiovisuele media: Wat willen ouders? Hilversum: NOS KLO.

aanvulling van ongewenste inhoud mogelijk. Naast de zes Kijkwijzercriteria zijn andere elementen denkbaar waar het publiek voor gewaarschuwd wil worden. Vooral de door de Britse Ofcom gehanteerde lijst van ongewenste zaken in mediaproducties zou als leidraad kunnen dienen bij een discussie over uitbreiding van de bestaande Kijkwijzerelementen. Te denken valt bijvoorbeeld aan een uitsplitsing van de termen naakt en seks, denigrerend of vernederend gedrag, gevaarlijk (voorbeeld)gedrag, romantisering van gokverslaving, sociaal overlastgevend gedrag et cetera. Het is hierbij wel van belang om op te merken dat de leeftijdclassificaties die Kijkwijzer momenteel hanteert bij de mogelijk schadelijke elementen zoveel mogelijk gestaafd worden met wetenschappelijke inzichten over de schadelijke risico's die van die elementen uitgaan. Bij een eventuele uitbreiding van de Kijkwijzer dient dus rekening gehouden te worden met de mogelijkheid om leeftijden aan de nieuwe inhoud te kunnen koppelen op basis van wetenschappelijke kennis. Het is aan deskundigen om hier nadere uitspraken over te doen.

In het verlengde van de typen inhoud die opvoeders mogelijk ongewenst vinden voor hun kinderen is het ook van belang om te weten of de huidige Kijkwijzer classificaties voldoende recht doen aan wat ouders of andere professionele opvoeders passend vinden voor kinderen van verschillende leeftijden. Het is mogelijk dat producties momenteel geheel juist volgens de regels geclassificeerd worden, maar dat de toegekende leeftijden wellicht toch te laag of juist te hoog zijn. Zowel de Britse als Australische situatie duidt erop dat regelmatig onderzoek onder het publiek nuttige informatie kan verschaffen over de doelmatigheid van de toegekende leeftijdclassificaties. Onderzocht zou daarom kunnen worden of de huidige toegepaste classificaties (qua leeftijd en qua inhoud) in voldoende mate overeenstemmen met de beleving van opvoeders en van kinderen zelf.

Tot slot kan bekeken worden of de huidige sancties die het NICAM hanteert bij vastgestelde overtredingen voldoende impact hebben in de ogen van het publiek. In vergelijking met de Amerikaanse boetes zijn de Nederlandse sancties aanzienlijk lager. E.e.a. hangt uiteraard samen met de plaatselijke omstandigheden, zodat niet direct besloten kan worden de basisbedragen van de NICAM boetes te verhogen tot enkele duizenden euro's. Het is echter wel van belang dat de gehanteerde strafmaat ook door ouders als een redelijke straf wordt ervaren, zodat zij het gevoel hebben dat een klacht werkelijk bijdraagt aan het verbeteren van het media-aanbod.

Dit leidt tot de volgende concrete aanbeveling:

2. Laat opnieuw behoefteonderzoek onder opvoeders uitvoeren naar media-inhoud waar zij door Kijkwijzer voor gewaarschuwd willen worden en ga na of de bestaande classificatieresultaten en klachtuitspraken voldoende aansluiten bij de beleving van het publiek (kinderen, ouders, professionele opvoeders). Houd bij eventueel nieuwe inhoud rekening met de toetsbaarheid van die inhoud.

Kan de klachtenprocedure van Kijkwijzer (nog) toegankelijker worden?

Het UvA-onderzoek naar klachten die het publiek in de afgelopen jaren bij Kijkwijzer heeft ingediend¹⁷ wijst erop dat de burger de weg naar het systeem weet te vinden. Afgezet tegenover de enorme hoeveel geclassificeerde mediaproducties vormen enkele honderden klachten per jaar echter waarschijnlijk slechts een fractie van de werkelijke reacties die burgers over het media-aanbod hebben. Aangenomen mag worden dat meer burgers een klacht zouden kunnen indienen. De analyse van buitenlandse formele klachtensystemen geeft aan dat in sommige landen er een duidelijk proactieve en uitnodigende houding is die burgers stimuleert tot het indienen van klachten. Zo zijn er bijvoorbeeld meerdere door de overheid gestimuleerde organisaties in een land die de burger de weg wijzen naar het juiste loket en die de klachtenafhandeling stapsgewijs afhandelen. In andere landen wordt de klachtenprocedure minutieus in verschillende stappen op de website uitgelegd waarbij de burger allereerste ondersteuning krijgt over hoe de klacht de grootste kans maakt om in behandeling genomen te worden. Onderzocht zou derhalve kunnen worden of het wenselijk is om de toegankelijkheid van het Kijkwijzerklachtensysteem nog meer laagdrempelig te maken.

Hierbij kan gedacht worden aan het verfijnen en verduidelijken van de bestaande procedure op de Kijkwijzerwebsite en naar meer verwijzingen op andere locaties. Hierbij dient uiteraard rekening gehouden te worden met de extra belasting die dit oplevert voor het afhandelen van klachten, maar dit mag geen belemmering vormen voor de openheid naar de burger toe. Integendeel, een meer open systeem zou er juist toe moeten bijdragen dat media-aanbieders zich meer aan de regels houden en dat er minder klachten komen.

De overheid zou naar het voorbeeld van de FCC ook een eigen portal kunnen (laten) ontwikkelen met informatie over media, jeugd en opvoeding en over de mogelijkheid om een klacht in te dienen. De Amerikaanse FCC heeft een aparte portal op haar website voor ouders over jeugd en media, waarbij de klachtenprocedure prominent op de homepage staat. De Nederlandse overheid kan dit voorbeeld overnemen op bijvoorbeeld de sites van OCW, Jeugd en Gezin, VWS, het Commissariaat voor de Media en de publieke en commerciële zenders.

Binnen instanties als de RCC of het NICAM kan tot slot nagegaan worden hoe oudervertegenwoordigers of consumentenorganisaties nauwer betrokken kunnen worden in een constructieve, adviserende rol. Het NICAM zou bijvoorbeeld ouderverenigingen meer proactief kunnen laten meewerken in de bestaande adviescommissie via speciale task forces rond specifieke onderwerpen.

Dit leidt tot de volgende concrete aanbeveling:

3. Onderzoek of het wenselijk en haalbaar is om de toegankelijkheid van het NICAM klachtensysteem voor opvoeders te vergroten.

¹⁷ Jansz et al. (2007).

Kan de informatievoorziening voor ouders versterkt worden?

Lobbyorganisaties die mediawijsheid bevorderen baseren zich veelal op (wetenschappelijke) inzichten en zijn vaak verbonden met kenniscentra. De verkenning heeft uitgewezen dat ook deze organisaties in principe los van de overheid en daarmee onafhankelijk opereren. Ze worden hoofdzakelijk gefinancierd vanuit donaties en ledencontributies. Daarnaast kunnen deze instanties wel degelijk ook via (overheid)subsidie in stand gehouden worden. De verkenning heeft uitgewezen dat de overheid bij verschillende organisaties betrokken is in de vorm van projectsubsidies. Daarnaast leveren de kennisinstituten of universiteiten waar de organisaties onder vallen vaak ook een indirecte (overheid)bijdrage.

De mediawijsheidorganisaties lijken hun doelstelling meer te volbrengen dan controleorganisaties, hoewel ook dit in de huidige korte verkenning moeilijk toetsbaar bleek. De huidige verkenning van de mediawijsheid kenniscentra kon niet uitwijzen dat meer mediawijze opvoeders minder problemen hebben met de mediaopvoeding en met de omgang met ongewenste mediaproducties. Een recente Amerikaanse studie onder 1500 ouders¹⁸ wijst er echter wel onomstotelijk op dat ouders de zorg voor het goed om kunnen gaan met de media vooral op zichzelf betrekken. Zij zijn de primaire opvoeders en dragen daarvoor de verantwoordelijkheid.

Van de overheid mag dan ook verwacht worden dat ze ouders optimaal in de gelegenheid stelt om hun mediaopvoeding goed uit te kunnen voeren. De Amerikaanse overheid geeft hierbij een interessant voorbeeld met haar eigen internetportal voor ouders over jeugd en media (www.fcc.gov/parents). Programma's en projecten die mediawijsheid bevorderen dienen derhalve gestimuleerd te worden. Daarbij gaat het vooral om ouders die meer moeite met de opvoeding hebben en minder snel gebruik maken van de adviezen van Kijkwijzer. Een dergelijke conclusie is ook al eerder door de *Commissie Jeugd, Geweld en Media*¹⁹ naar voren gebracht. Concreet gaat het hierbij dus om de aanbeveling om naast het bestaande Kijkwijzersysteem voor schadelijke media ook een informatief systeem in te stellen voor geschikte mediaproducten voor kinderen. Een dergelijk systeem ondersteunt ouders en kinderen in het bewust gebruiken van gewenste mediaproducten en het kunnen maken van overwogen mediakeuzes.

Een dergelijk onafhankelijk systeem kan ook fungeren als klankbord in bijvoorbeeld de adviescommissie van het NICAM of van andere mediaorganisaties. Gebaseerd op onafhankelijke kennis uit wetenschap, reacties van individuele ouders en vanuit vertegenwoordigers van ouderorganisaties, pedagogische instanties, consumentenpanels en cultuurorganisaties kan een systeem voor geschikte mediaproducten ook zelf naar buiten treden om specifieke onderwerpen rond jeugd, media en opvoeding en (on)geschikte media-uitingen aan de orde te stellen. Frequent wisselende panels kunnen onder leiding van onafhankelijke voorzitters of discussieleiders het debat met de media-aanbieders voeren. Daarmee kan het doel en de inhoud van zelfregulering aan sluiten bij de werkelijke geluiden uit de samenleving²⁰.

¹⁸ PEW (2005).

¹⁹ Commissie Jeugd, Geweld en Media. (2005). *Wijzer kijken*. Den Haag: OCW.

²⁰ Nijhoff. (2007).

Inzetten op een onafhankelijke organisatie die mediabewustzijn bij opvoeders stimuleert en hen aanspoort tot eigen overwogen keuzes lijkt dus voor de overheid eerder voor de hand te liggen dan het opzetten en in stand houden van een lobbyorganisatie die kritiek uitoefent op het aanbod van mediaproducten aan de hand van relatief zwaar subjectieve criteria als immoreel, onzedelijk, obscene of onsmakelijk. Een krachtig onafhankelijk informatiesysteem dat ouders adviseert over geschikte mediaproducties naast een, eventueel uitgebreid, schadelijkheidsysteem van het NICAM is dan ook meer gewenst.

Dit leidt tot de volgende concrete aanbeveling:

4. Stimuleer de ontwikkeling van een organisatie die ouders en professionele opvoeders systematisch adviseert over de geschiktheid van mediaproducten voor kinderen.

Lijst van gecontacteerde personen en organisaties

- Gunnel Arrbäck, National Board of Film Classification, Zweden
- David Austin, British Board of Film Classification, Engeland
- Jo Balasz, Radio & Television Commission Office, ORTT, Hongarije
- Jan van den Bulck, KU Leuven, België
- Catherine Castille, VRT, België
- Amy Chua, Media Development Authority, Singapore
- Douglas Gentile, National Institute on Media and the Family, Verenigde Staten van Amerika
- Maya Götz, Internationales Zentral Institut für das Jugend und Bildungsfernsehen, Duitsland
- Gry Hasselbalch, Mediaraad voor Kinderen en Jongeren, Denemarken
- Dafna Lemish, University of Tel Aviv, Dept. of Communication, Israel
- Niall Munroe, Irish Film Censor Office, Ierland
- Kathryn Reidy, Australian Government, Classification Operations Branch, Australië
- Georg Stub, Norwegian Media Authority, Noorwegen
- Szilvia Szilady, Radio & Television Commission Office, ORTT, Hongarije
- Bidjan Vakili, Flimmo, Duitsland
- Gabriele Woldan, Federal Ministry of Education, Arts & Culture, Oostenrijk
- Antonio Xavier, Board of Film Classification, CCE, Portugal
- Cecilia Yip, Media Development Authority, Singapore

Appendix

Overzicht van bekeken particuliere organisaties die als belangenvertegenwoordiger van burgers optreden per land.

Australië

Young Media Australia (www.youngmedia.org.au)

Nationale community met leden die bevoegd zijn met de gezondheid van Australische kinderen en met de rol van de media daarbij. Georganiseerd als non-profit organisatie met een bestuur dat bestaat uit leden van kinderorganisaties. Beoogt de kwaliteit van de mediaomgeving voor kinderen te helpen bevorderen en het bewustzijn voor de noden van kinderen in relatie tot de media te vergroten. Leden betalen 55 (individueel), 75 (lidstaatorganisaties) of 225 AUS Dollar (nationale organisaties) per jaar. Een van de activiteiten is optreden als vertegenwoordiger van de belangen van ouders bij zorgen over het media-aanbod tegenover de media, "regulators en legislators". De site geeft een overzicht van waar men terecht kan voor klachten (verantwoordelijke organisaties), welke regels er zijn, welke classificatiecriteria gehanteerd worden en hoe men kan klagen. Werpt zich niet op als het adres voor klachten. Eerder gids functie.

België

Gezinsbond (www.gezinsbond.be)

De Gezinsbond is een pluralistisch en democratisch samengestelde vereniging die zich inzet voor alle gezinnen in Vlaanderen en Brussel. De bond verdedigt de belangen van de gezinnen, los van religieuze, ideologische of politieke opvattingen. IJvert voor blijvende erkenning en waardering van het gezin als hoeksteen van onze samenleving. Organiseert bijeenkomsten voor ouders, ontwikkelt en biedt opvoedhulp en publiceert informatiematerialen. Niet specifiek gericht op mediaopvoeding. Op basis van gegevens van een Studiedienst wordt soms ad hoc actie ondernomen om (overheid)beleid aan de orde te stellen. Heeft recentelijk aandacht gevraagd voor de rol van commercie rond de Vlaamse kinderprogrammering. Financiering via contributie.

Canada

Media Awareness Network (<http://www.media-awareness.ca/english/index.cfm>)

Een non-profit kenniscentrum voor media-educatie en mediabewustzijn gericht op ouders, leerkrachten en kinderen en jongeren. Geen pleitbezorging, maar informeren en opvoeden is devies. Bronnen van hoge kwaliteit bieden, publiekelijk beleid voor media-educatie stimuleren en steun genereren. Naast nadruk op informatie ook sectie over klachten en actie ondernemen: laat je stem als ouder horen bij de media-aanbieders. Als dat niet helpt verwijst het netwerk naar de officiële klachteninstanties: Canadian Broadcast Standards Council (CBSC) en naar Canadian Radio-Television and Telecommunications Commission (CRTC). Klachten over reclame gaan ook naar de CBSC en de Advertising Standards Canada (ASC). Lidmaatschap is belangrijkste bron van financiering naast donaties.

Duitsland

Programmberatung für Eltern – Flimmo (www.flimmo.de)

Het Duitse Programmberatung für Eltern e.V. is een bundeling van krachten van diverse instituten rond mediaopvoeding in alle Duitse deelstaten. Samen onderhouden zij onder de naam Flimmo een magazine en een website met een overzicht van alle Duitse en Oostenrijkse tv programma's voor kinderen van 3 tot 13 jaar. Elk programma wordt kort inhoudelijk beschreven en voorzien van een label (■ 'prima voor kinderen', ● 'heeft haken en ogen', of ♦ 'voor kinderen moeilijk te verteren'). Ook wordt (met een kleurenbalk) aangegeven voor welke leeftijdsgroep het programma het meest geschikt is (3-6, 7-10, 11-13 jaar). Bij de beschrijving en labeltoekenning wordt uitgegaan van pedagogische kennis over wat kinderen van bepaalde leeftijden interesseert en aankunnen. De site biedt een overzicht van de programma's van de dag, maar heeft ook een zoekfunctie. Een redactie maakt de uiteindelijke beoordelingen, maar opvoeders kunnen zich ook aanmelden om (op de site) zelf hun mening over programma's weer te geven. Flimmo wordt gefinancierd uit overheidsgeld en donaties.

Engeland

Ask About Games (www.askaboutgames.com)

Informatieportal van Elspa, PEGI en BBFC. Voor klachten wordt verwezen naar het postadres van de Video Standards Council. Daar moeten ouders formeel schriftelijk een klacht indienen.

Mediawatch-uk (www.mediawatchuk.org.uk)

Voortgekomen uit de National Viewers' and Listeners' Association van Mary Whitehouse uit 1965 wil de organisatie het publiek bijstaan in hun recht op onschadelijke en niet-aanstootgevende mediaproducties. Hoewel de Britse mediawet dat recht voorschrijft en aangeeft dat het media-aanbod maatschappelijke normen en waarden niet mag overschrijden, gaat Mediawatch ervan uit dat de commerciële belangen van de media-industrie zwaarder tellen bij het zoeken naar controversiële uitingen en grotere marktaandeelen. Publiceert nieuwsbrieven en rapporten over het media-aanbod en voert politieke lobbies en protest-campagnes. Links worden via de website aangeboden naar verantwoordelijke instanties waar klachten ingediend kunnen worden. Financiering via donaties. In het algemeen een conservatieve, christelijke signatuur.

Save kids TV (<http://www.savekidstv.org.uk/>)

Coalitie van ouders, producers, artiesten en professionele opvoeders die bezorgd zijn over het media-aanbod voor kinderen in Engeland. Primair doel is het belang van kindertv op de politieke agenda te krijgen en het te beschermen van commerciële druk. Geen klachten-, maar een positief ingestelde lobbyorganisatie. Financiering uit eigen middelen.

Verenigde Staten van Amerika

American Academy of Pediatrics (AAP) – Media-Matters

(<http://www.aap.org/advocacy/mediamatters.htm>)

De academie van kinderartsen zet zich in voor een gezond leven van kinderen. Een van de activiteiten betreft een gezond mediagebruik: dit project Media Matters is in 1997 gestart. De academie stimuleert vooral mediawijsheid op de terreinen van roken, middelengebruik, geweld, seksualiteit en gezonde

voeding onder ouders en via de intermediatie van kinderartsen. Een van de acties om het publiek een stem te geven is de brieven-actie waaraan ouders kunnen meedoen wanneer ze een klacht hebben over de vertoning van een bioscoopfilm. Via een standaardbrief wordt een bioscoopexploitant of dvd-verhuurder aangespoord zich te houden aan de leeftijdclassificaties en het publiek te voorzien van voldoende informatie over de mogelijke risico's van mediageweld.

Campaign for a Commercial Free-Childhood (www.commercialexploitation.org)

Nationale coalitie van deskundigen en ouders die de schadelijke effecten van marketing gericht op kinderen willen tegengaan. Onderdeel van de Judge Baker's Children Center, een kenniscentrum gericht op het bevorderen van de geestelijke gezondheid van kinderen. Opgericht in 1999/2000. Organiseert jaarlijks een conferentie en wanneer nodig media-acties. Financiering via donaties.

Center for Alcohol Marketing & Youth (www.camy.org)

Onderdeel van Georgetown University, gericht op het vergaren van kennis over alcoholgebruik onder jongeren en de invloed van de media daarop. Monitort de wijze en hoeveelheid van alcoholreclames gericht op jongeren. Biedt een ruim overzicht van mogelijkheden voor ouders om alcoholgebruik en de invloed van alcoholmarketing tegen te gaan, waaronder mediawijsheidsbevordering en adviseren bij het indienen van een formele klacht. Gefinancierd uit donaties via grote onafhankelijke fondsen.

CommonSenseMedia (www.common sense media.org)

Onafhankelijke organisatie geleid door ouders en deskundigen (wetenschappers en mediamakers) gericht op het bevorderen van de mediabeleving van kinderen. Biedt betrouwbare informatie over mediaproducties (waaronder on-geschiktheid) en een onafhankelijk forum waar mediagebruikers hun mening kwijt kunnen, kunnen vormen en bijstellen. Financiering via subsidies, donaties en sponsoring.

Dove (www.dove.org)

Een non-profit organisatie gericht op het stimuleren van een familievriendelijk aanbod in bioscopen en op dvd. Kwaliteitseisen zijn gebaseerd op Christelijke waarden vrij van commerciële druk. Aanpak vooral gericht op het belonen van en aandacht vragen voor goede producties (i.p.v. protesten en boycots). Financiering uit donaties. Geen klachtensysteem.

Kaiser Family Foundation (www.kff.org/entmedia/index.cfm) ??

Onafhankelijk kenniscentrum voor (geestelijke) gezondheid met aparte programmalijs voor jeugd en media. Rapporteert over mediagedrag en -gebruik en mogelijke risicofactoren voor overheid, professionele opvoeders. Geen klachtenfunctie.

Morality in Media (<http://www.moralityinmedia.org/>)

Sinds 1962 actief om obsceniteiten in de media tegen te gaan en de waardigheid te bewaren, via of wijzend op wettelijke regels. Nationale non-profit organisatie. Gefundeerd door kerkelijke autoriteiten. Biedt individuen van 18 jaar en ouder de mogelijkheid om een klacht in te dienen over de ongewenste confrontatie met obsceniteit (pornografie) in de media (<http://www.obscenitycrimes.org/>).

National Alliance for Non-violent Programming (NANP) http://www.jack-and-jill.org/nanp_media_wakeup.htm

Non-profit organisatie uit 1992; gaat uit van de positieve filosofie van M. Ghandi: minimaliseren van de risico's van de media en het stimuleren van de positieve uitkomsten. Onderdeel van Jack-and-Jill,

een ouderorganisatie die ouders ondersteunt bij ontplooiing. De NANP ziet geweld als het dieptepunt van disrespect en wil vragen stellen bij het vertonen van geweld als vermaak in de media. De organisatie voorziet in educatie, voordrachten en mediawijsheid materialen. Daarnaast roept de organisatie op tot het opzetten van media task forces (groepen van deskundigen die niet censuur nastreven maar verlichting) en community jurors (getrainde beoordelaars van mediaproducties).

National Institute on Media and the Family (www.mediafamily.org)

Onafhankelijk kenniscentrum voor media en jeugd dat sinds 1996 tracht de positieve mogelijkheden van de media te maximaliseren en de risico's te minimaliseren via onderzoek, voorlichting en implementatie van hulpprogramma's, en pleitbezorging. Expliciet geen censuur. De pleitbezorging geschiedt o.a. middels (formele) contacten met de World Health Organization, het Amerikaans Congres en de Federal Trade Commission.

Parents Television Council (www.parentstv.org)

De PTC wil ouders voeden met informatie om zelfstandig overwogen beslissingen over de mediaopvoeding te kunnen nemen. Televisieprogramma's (prime time en PG- en G-films) die mogelijk problematisch zijn worden besproken en voorzien van een geschiktheidadvies. Ouders moeten daarmee hun eigen afweging maken. Indien een productie de goedkeuring van ouders niet verdient kan deze dankzij de PTC-informatie contact zoeken met de zender. Indien een programma de grens van onfatsoenlijkheid benadert kan via de PTC een klacht ingediend worden bij de FCC. Naast televisie adviseert de PTC ook over games en reclame en verricht zij eigen inhoudsanalyses van het televisieaanbod. Financiering via donaties (5000 US dollar Founders club leden; 1000 tot 5000 US dollar Leader's Circle leden).

Smart Television Alliance (<http://www.smarttelevisionalliance.org>)

Coalitie van verschillende grote oudervertegenwoordigingen die een gezamenlijk systeem hebben opgezet om ouders te adviseren over geschikte tv-producties (gebaseerd op commonsense, ptc en parents choice foundation). Vooral gebaseerd op de mogelijke effecten van geweld, en daarnaast vetzucht, seks, roken en onzedelijkheid. Verwijst wel naar officiële klachtensysteem van de FCC, maar met de opmerking dat er alleen achteraf geklaagd en opgetreden kan worden. Mediageweld krijgt weinig support vanuit de FCC. Dus is de conclusie beter om zelf wijze keuzes te maken. Vertegenwoordigt 3,2 miljoen professionals, 11 miljoen leden voor vrouwen- en kinderrechten, 10 duizenden naschoolse opvangmedewerkers.

TV.Watch (www.televisionwatch.org)

Een breed georiënteerde coalitie die er naar streeft dat ouders zelf verantwoordelijk (kunnen) zijn voor wat kinderen via televisie consumeren (o.a. via leeftijdclassificaties) in plaats van overheidscontrole (en censuur). Inbreng van ouders lijkt klein t.o.v. mediaorganisaties die verantwoordelijk zijn voor beleid. Geen klachtensysteem, eerder promotie voor leeftijdclassificaties en gebruik ervan.

Over de auteur

Peter Nikken, is afgestudeerd als psycholoog en sinds jaren deskundige op het gebied van jeugd en media. In 1999 promoveerde hij op een proefschrift over kwaliteitseisen voor kindertelevisieprogramma's aan de Leidse Universiteit. In de afgelopen jaren heeft hij diverse wetenschappelijke studies en populaire teksten gepubliceerd over onderwerpen als de Kijkwijzer en de rol van mediaopvoeding bij het omgaan met internet, games en televisie. Verder heeft hij onderzoek verricht naar reclame en kinderen, nieuwsberichtgeving over terrorisme en oorlogsgeweld en de waarneming van Sesamstraat door kleuters. Momenteel is hij betrokken bij een onderzoek naar de mogelijke invloed van seksualiteit in de media op de ontwikkeling van jongeren. Bij het Nederlands Jeugdinstituut is hij o.a. werkzaam voor de databank effectieve jeugdinterventies. Hij is lid van verschillende adviescommissies, waaronder de NPS Programmaraad, de wetenschapscommissie van het NICAM/Kijkwijzer en de adviesraden van Het Zandkasteel (Teleac/NOT), de Stichting Weet Wat Je Ziet en de Stichting Mijn Kind Online.

In september 2007 verscheen zijn laatste boek: Mediageweld en kinderen. Amsterdam: SWPbook.