

Mediaconferentie EO, NCRV en ChristenUnie

vrijdag 17-02-06

Acties

Op de mediaconferentie kondigden verschillende organisaties aan actie te zullen ondernemen. Een kort overzicht van bestaande en voorgenomen acties:

Mogelijke specificering Kijkwijzer

Patti Valkenburg geeft aan in de Wetenschapscommissie van het NICAM te willen onderzoeken of er mogelijk nuanceringen en aanvullingen bij de classificatiecategorien seks en discriminatie toegevoegd worden, in het licht van mogelijk schadelijke effecten van muziekclips.

Motie media-educatie

Arie Slob en Jeroen Dijsselbloem maken een plan voor media-educatie en proberen andere politieke partijen en de minister van Onderwijs daarvoor te motiveren. Willen een motie indienen voor meer geld daarvoor.

Onderzoek invloed seksualisering muziekcultuur

Reclamerakkers en de Universiteit Tilburg starten een onderzoek 'Seks, Girls en Rock & Roll', naar de invloed van de seksualisering van muziekclips op meisjes van 12 tot 16 jaar oud.

Labels en discussie clips

MTV Networks zal een aantal videoclips aangrijpen om discussie te voeren over de inhoud ervan, in tv-programma's ("dope of goedkoop" in Brand NEW) of op internet.

Oproep één instituut voor media-educatie

NIZW roept op om één landelijk instituut voor media-educatie op te richten.

Oproep noodmaatregelen media-educatie

Delfos geeft aan dat onderzoek van de overheid te lang gaat duren, er is nu al een tijdelijke noodmaatregel nodig.

Educatie voor mediawijsheid

Kenniscentrum Reklame Rakkers ontwikkelt drie mediawijsheidprogramma's. Media Makers (voor het basisonderwijs) en Media Smart (voor het voortgezet onderwijs) en een vakopleiding tot Media Coördinator voor leerkrachten en bibliothecarissen. 'Weetwatjeziet' gaat door met media-educatie op scholen.

Inleiding

Het thema van deze mediaconferentie was: De invloed van gewelddadige en seksueel getinte clips/ tv-programma's op het gedrag van jongeren.

Dit thema is onder meer gekozen naar aanleiding van de tienerverkrachtingen in Rotterdam en de discussie daarna over de invloed van de 'gangstaclips'. Belangrijke vragen voor deze mediaconferentie: Heeft de media hierin verantwoordelijkheid of juist de ouders, de scholen of gewoon de jongeren zelf? Wat kunnen politiek, wetenschap, jeugdorganisaties en media

¹ Voor sommige gedeelten van dit verslag is gebruik gemaakt van informatie uit krantenartikelen, sommige citaten zijn letterlijk overgenomen (ND – 18-02-06, RD 18-02-06 en Volkskrant 18-02-06)

doen om jongeren bewust te maken van de invloed die tv-programma's en internet op hen hebben?

Arie Slob (ChristenUnie)

Pleit voor twee zaken: media-educatie en voor het nemen van maatschappelijke verantwoordelijkheid door de media.

Media-educatie houdt in dat jongeren van jongs af aan op school al les krijgen hoe ze om moeten gaan met de media. Met name hoe ze met seksueel getinte clips en tv-programma's en gewelddadige programma's moeten omgaan. Tweede-Kamerlid Arie Slob (ChristenUnie) pleit dat hiervoor meer geld beschikbaar komt vanuit de overheid.

Naast media educatie, zullen de media ook zelf hun *maatschappelijk verantwoordelijkheid* moeten nemen. Zenders en omroepen kunnen maatschappelijk verantwoord gaan ondernemen daar waar het programma's betreft, die een schadelijke invloed hebben op jongeren.

Ook internet moet niet worden vergeten. Dat is een lastig punt, omdat internet een veel ongrijpbaarder medium is dan tv, maar misschien wel veel invloedrijker.

Jochem de Jong (MTV Networks)

Motiveert kort waarom de clips die zijn zender uitzend wel kunnen (zie ook tekst forumdiscussie) en welk beleid MTV Networks hanteert voor de zenders MTV, TMF en The Box. MTV Networks hanteert de Kijkwijzer en ondersteunt deze ook.

Sophie Hilbrand (BNN)

Geeft aan dat BNN is beschuldigd van het aanzetten van jongeren tot druggebruik. Ontkent met klem dat deze jongerenomroep zoiets wil. Ziet niets kwaads in het uitzenden van programma's als 'Spuiten en Slikken' en van gangstaclips. Ziet deze eerder als humoristisch.

Reacties wetenschap en uit het werkveld

Patti Valkenburg (Hoogleraar Kind en Media)

Bij de voorbereiding op de conferentie werd Valkenburg getroffen door de grote hoeveelheid onderzoeken die concluderen dat er een negatief verband is tussen clips op muziekzenders en agressie, met name seksuele agressie. Het probleem is dat jongeren vaak niet eens doorhebben hoezeer ze beïnvloed worden door de clips die geënt zijn op de straatcultuur.

Een voorbeeld van zo'n negatief effect: jongeren gaan positiever denken over promiscuïteit en de ondergeschiktheid van de vrouw aan de behoeften van de man.

Maar bloot is niet per definitie slecht en datzelfde geldt voor seks. "Pas als het agressieve seks is, waarbij vrouwen als minderwaardig worden behandeld, kan het een negatieve invloed hebben op jongeren. Van vrijscènes tussen gelijkwaardige partners krijgen jonge kinderen en pubers niks. Ze worden er hooguit wat ongemakkelijk van," aldus Valkenburg.

Met 'verkeerde' seks, zoals ze de beelden omschrijft waarin schaars geklede dames onder de duim worden gehouden door gespierde macho's, is het een heel ander verhaal. "De meisjes zien die dames als onafhankelijke coole vrouwen. Jongens denken dan: het zijn hoerige verleidsters. Die jongens kijken vervolgens neer op meisjes die zichzelf stoer vinden. Dit verschil vergroot de kans op problemen."

Valkenburg vindt de conclusie dat muziekclips een direct verband hebben met de groepsverkrachtingen (zoals vorig jaar in Rotterdam) te ver gaan. Maar ze ziet in tv wel een inspiratiebron, vooral voor jongeren uit sociaal zwakkere groepen.

Muziek blijft voor jongeren vooral een middel om zich af te zetten tegen hun ouders. Veertig jaar geleden waren de muziek en de teksten van The Beatles schokkend. Nu hebben tieners het over 'pimps' en 'bitches', veelal zonder de impact van die woorden te beseffen.

Ouders, onderwijs, media en overheid hebben, wat Valkenburg betreft, allemaal hun verantwoordelijkheid om kinderen en jongeren meer bewust te maken van de gevaren die in clips kunnen schuilen.

Ze gaf aan dat de wetenschapscommissie van de Kijkwijzer wellicht het onderzoek naar invloed van gangstaclips op jongeren zal meenemen in de beoordeling van muziekclips. De ontwikkelingen in het medialandschap gaan razendsnel. Daarom is het verstandig de classificatie nog eens goed te onderzoeken met het oog op muziekclips. De wetenschapscommissie komt al vanaf 2001 gemiddeld eens per zes weken bij elkaar. Een van de hoofdtaken van die bijeenkomsten is om de Kijkwijzer verder te nuanceren en aan te vullen aan de hand van praktijkproblemen. Kijkwijzer is een dynamisch systeem, er worden al vijf jaar veranderingen in aangebracht.

Verder concludeerde ze: "De overheid heeft zich altijd zeer terughoudend opgesteld ten aanzien van opvoeding uit angst voor betutteling en schending van de privacy. Jaren terug was Nederland een homogene samenleving waarin normen en waarden automatisch en vanzelfsprekend werden overgedragen van ouders op kinderen. Dit is allang niet meer zo. De hedendaagse samenleving vraagt om een andere rol van de overheid. En die moet ze accepteren."

Oskar Siep ('Weet wat je ziet')

Met een workshop 'weet wat je ziet' en een gelijknamige website vertelt Siep op scholen hoe kinderen met media moeten omgaan. Met 'weet wat je ziet' legt hij uit hoe beelden en nieuws kunnen worden gemanipuleerd. Doel is om jongeren bewust te maken van wat ze zien, hoe ze kijken en wat ze wel en niet kunnen geloven van tv.

Peter Nikken (Nederlands Instituut voor Zorg en Welzijn (NIZW) Expertisecentrum Jeugd en Media)

Kinderen komen al jong in aanraking met seks in tv-programma's. Was ook in jaren '60 al soms zo (voorbeeld voor aankondiging van Oh Calcutta in Journaal). Maar het media-aanbod is sindsdien explosief gegroeid. Het gebruik is steeds meer privé

Seks is nadrukkelijker aanwezig. Beeld van romantiek en seks is vertekend. Voorbeeld: jongere die een wolk betitelt als 'kinky', oudere associeert dit nog met seks. Jeugd kent die associatie al niet meer.

Het zien van seks 'hangt samen' met ideeën (voorbeeld liga reclame die jongetje aanzette tot het filmen van naakte klasgenoten). Kinderen uit risicogezinnen zijn het meest kwetsbaar.

Nikken hoopt op meer samenwerking tussen onderzoek, mediabranches, jeugdwerk, onderwijs etc. Dat is nodig voor systematische mediaopvoedingsondersteuning

Reactie adverteerders en Nicam

Wim Bekkers (NICAM (Kijkwijzer))

"Voor televisie geldt dat sinds de start van Kijkwijzer, nu zo'n 4 jaar geleden, vrijwel alle programma's geclassificeerd worden. De criteria voor de classificatie zijn opgesteld door een

team van onafhankelijke deskundigen. Daarbij gaat het om de vraag of programma's *schadelijk* kunnen zijn voor kinderen in bepaalde leeftijdscategorieën. Kijkwijzer doet geen uitspraken over geschiktheid, goede of slechte smaak. Wat mensen wel of niet aanstaat is, van persoon tot persoon, heel verschillend.

De tweede belangrijke spelregel voor televisie is dat programma's die 12 jaar geclassificeerd zijn niet voor 20 uur en programma's met een 16 jaar leeftijdsaanduiding niet voor 22 uur mogen worden uitgezonden.

De classificatie criteria en de afspraak over de uitzendtijden gelden niet alleen voor programma's en films, maar ook onverkort voor muziekclips. Alle tv-zenders, inclusief MTV, TMF en the Box, zijn bij Kijkwijzer aangesloten en verplicht deze regels toe te passen. Men is volledig verantwoordelijk en kan op deze verantwoordelijkheid worden aangesproken (en gesanctioneerd).

De criteria zijn gebaseerd op de adviezen van onze wetenschappelijke adviseurs. Maar Kijkwijzer is niet in beton gegoten: als op basis van wetenschappelijk onderzoek blijkt dat de criteria aangepast moeten worden. Kijkwijzer is een dynamisch systeem. Dat is de afgelopen jaren gebleken.

Uit vergelijkingen blijkt: op gemiddeld Europees niveau, met de neiging iets strenger te zijn. Maar het belangrijkste is: het is het enige systeem in Europa dat categorisch alle televisieprogramma's, bioscoopfilms en DVD's classificeert op basis van gemeenschappelijke criteria. De consequente beoordeling/classificatie van clips met de spelregels van de uitzendtijdstippen daarbij is uniek.

Bekkers geeft aan dat er jaarlijks 400 klachten komen over films en programma's. Een klein gedeelte gaat over videoclips van muziekzenders als MTV en TMF. „Sinds 2002 hebben we zestien klachten over clips geteld. Drie daarvan hebben we doorgestuurd naar de klachtencommissie. Uiteindelijk zijn er twee toegewezen.”

Cees Bosma (Bond van Adverteerders)

Ziet in het weren van gangstaclips of dergelijke programma's geen taak weggelegd voor de adverteerders. Geloof in zelfregulatie van media en adverteerders. De bond gaat niet over inhoud maar over bereik en effect. Het tv-aanbod verschaart, dat is nadelig voor reclame.

Liesbeth Hop (St. Reclamerakkers)

Pleit voor mediawijsheid. Haar organisatie bestaat uit verschillende onderdelen, o.a. Media Makers, dat is een Educatief kenniscentrum voor het bevorderen van mediawijsheid onder kinderen. “Na het succes van de educatieve programma's op het gebied van kinderen en reclame van Stichting Reclame Rakkers, breidt de Stichting haar activiteiten uit. Uit onderzoek blijkt het door ouders, leerkrachten en overheid zeer gewenst is dat kinderen beter leren omgaan met de mediawereld waarin zij leven. Vergeleken met andere landen, bijvoorbeeld Duitsland, wordt er in Nederland nog weinig aandacht besteed aan mediawijsheid.”

Media Makers voert onderzoek uit naar het niveau van mediawijsheid van kinderen. In april/mei wordt een kenniscentrum Media Makers opgericht en een website gelanceerd. Daarna volgt de lancering van Media Makers lesmaterialen voor basisscholen. Het doel is om educatieve middelen te ontwikkelen waarmee het mediabewustzijn en de mediawijsheid van kinderen tussen de 2 en 12 jaar worden verbeterd. De activiteiten zijn gericht op kinderen zelf, de ouders, leerkrachten, de overheid, het bedrijfsleven, mediabureaus en de Nederlandse media. In juni/juli volgt Media Smart, een lesprogramma voor het voortgezet onderwijs. Tegelijk wordt een opleiding ontwikkeld voor mediacoördinatoren (voor leerkrachten en bibliotheekmedewerkers). In het najaar hoopt Mediamakers een grootschalig opinievormend congres te houden.

Media Makers richt zich vooralsnog op de volgende onderwerpen: begrip van de rol en werking van de media, onderscheid tussen betrouwbare en 'gekleurde' informatie in de media, het opbouwen van verantwoorde sociale contacten via de media en het begeleiden van kinderen in het actief deelnemen aan de gemedialiseerde maatschappij.

In juli 2005 kwam de Raad voor Cultuur uit met het rapport 'Mediawijsheid, de ontwikkeling van nieuw burgerschap', waarin de raad vermeldt dat het niet meer gaat om media-educatie maar om mediawijsheid: 'het leren hoe je bewust, kritisch en actief kunt bewegen in een fundamenteel gemedialiseerde wereld'. Het gaat dus niet om het af- of beschermen van kinderen voor negatieve invloeden maar om hen te leren hoe daar mee om te gaan.

In oktober 2005 presenteerde Stichting Reklame Rakkers onderzoek waaruit bleek dat voor kinderen er een grensvervaging plaatsvindt tussen de media en commercie. Met de komst van het internet en andere commerciële mediavormen blijkt het voor kinderen lastig om nog een onderscheid te maken tussen commerciële en redactionele informatie. Alles valt of staat met de herkenning van commercie, pas daarna is kinderen begrip en een kritische attitude aan te leren.

In januari 2006 presenteerde Marketresponse een onderzoek waaruit bleek dat 80 procent van ouders in Nederland opvoeding in mediagebruik nodig acht om kinderen te beschermen tegen ongewenste invloeden. 65 procent van de ouders ondersteunt het idee voor een schoolvak waarin kinderen leren omgaan met media en reclame. Het onderzoek is in december 2005 uitgevoerd onder een representatieve steekproef van 503 ouders met kinderen tussen de 6 en 15 jaar oud. (zie www.marketresponse.nl).

In juni 2006 start een onderzoek (van st. Reclamerakkers en Universiteit Tilburg) naar invloed seksualisering muziekcultuur op meisjes. Doelgroep: 12- 16 jaar. Onder de titel: 'Seks, girls, rock & roll'.

Forumdiscussie met politiek, zenders e.a.

Andries Knevel (EO) bijt het spits af. Volgens hem is MTV de meest verderfelijke en tegelijkertijd meest invloedrijke zender. "Projecteert continue een bepaald beeld op het netvlies en dat doet iets met u, maar kwalijker het geeft meisjes van 10-15 jaar een bepaald beeld, dat is schadelijk." De oplossing is volgens Knevel niet om de zender te verbieden, maar zenders zelf verantwoordelijkheid te laten nemen. Verwijzen naar ouders is niet zinvol, want zij kunnen vaak hun verantwoordelijkheid niet aan.

Jochem de Jong (MTV Networks) reageert door erop te wijzen dat MTV haar maatschappelijke rol serieus neemt. Ze hanteert de Kijkwijzer, en ontkent de invloed niet. MTV wil discussiëren, maar als wordt gesteld dat zij de as van het kwaad is, dan heeft discussiëren geen zin. MTV laat een tijdbeeld zien. Ze vormt een mix van trendsetter en trendvolger.

Patrick Kicken (dj Veronica) vraagt zich af welke verantwoordelijkheid je hebt als maker? Jouw programma bepaalt het fatsoen. TMF zet trend. Maar nieuw is het niet, vroeger was Elvis met zijn heupbeweging ook controversieel.

Patti Valkenburg (hoogleraar Kind en Media) stelt dat het effect op jongeren niet homogeen is. Sommige jongeren worden meer beïnvloed dan anderen, met name probleemjongeren. Maar er is geen één-op-één relatie met geweld. Het wordt alleen wel steeds extremer.

Sophie Hilbrand (BNN) wil weten wat mevrouw Valkenburg schadelijk vindt.

Jochem de Jong geeft aan dat zo'n 80 procent van de aangeboden clips bij MTV het scherm niet haalt. "Als ik dan hoor dat onze programma's aanzetten tot groepsverkrachtingen, denk ik: dat is dezelfde discussie als dat de Beatles het verwijt kregen dat zij mensen aanzetten tot anarchie."

Arie Slob (ChristenUnie) is het met hem oneens: „Jullie moeten je verantwoordelijkheid durven nemen. Zeg gerust: Bepaalde clips zenden wij voortaan pas na elf uur 's avonds uit.”

Jochem de Jong: „We houden ons aan de Kijkwijzer. Onze clips leiden niet tot ernstig crimineel gedrag, zoals groepsverkrachtingen...”

Volgens **Bert Bakker (D66)** zoeken jongeren het zelf wel uit. "Je moet ze bewust maken. Jongeren reageren sterk verschillend. Het kán schadelijk zijn, maar vaak is het ook een kwestie van een goede smaak. En wat is dan een goede smaak?" Bakker ziet niets in een verbod op programma's van MTV. „We moeten jongeren weerbaarder maken.”

Arie Slob stelt dat op dit moment de verantwoordelijkheden (in de media) nog onvoldoende worden genomen. Er is grote behoefte aan objectiviteit.

Jeroen Dijsselbloem (PvdA) merkt op dat het een breder probleem is. Het gaat vooral over integratie. Dijsselbloem is een paar maanden geleden in actie gekomen tegen MTV en andere tv-zenders waarin de straat- en rapcultuur wordt verheerlijkt. "Het gaat niet om mijn eigen kinderen, die geef ik voortdurend tegengas. De alleenstaande Antilliaanse moeders waarvan de kinderen op straat opgroeien, die behoren tot de kwetsbare groep. Dat leidt tot gedrag dat we twintig, dertig jaar geleden nog niet eens hadden bedacht. In die gezinnen zie je de waarden en normen vervagen.”

Het Kamerlid is in zijn vrije tijd voorzitter van het Haags poppodium 'Het Paard'. „Het probleem met veel jongens is dat ze de straatcultuur nabootsen. "Op de dansvloer kunnen ze met hun poten niet van de meiden afblijven. Praat maar eens met discotheekeigenaren." Voor hem de hoogste tijd dat de politiek dit probleem serieus aanpakt. „We moeten durven moraliseren, dit is heel relevant."

Sommige clips zijn zo ranzig dat kwetsbare jongeren daar niet mee om kunnen gaan. „Daarom pleit ik voor opvoedingsondersteuning, mediaopvoeding op school en seksuele voorlichting op jonge leeftijd. Kinderen van 8 jaar komen tegenwoordig al in aanraking met seksualiteit.”

Justine Pardoën (Ouders Online) geeft aan dat dit al het geval is bij kinderen vanaf 4 jaar.

Youth for Christ (Frank van Strijen en Setkin Sies) werken direct met 'probleemjongeren' op straat. "We hebben het steeds over negatieve beïnvloeding, maar denken we ook wel eens na over een positieve manier om jongeren te stimuleren? Als opvoeding ontbreekt wordt op dit moment het vacuüm opgevuld door de media. De straatcultuur wordt gepromoot door de muzikzenders. In kleding, denken en gebaren is de invloed van de erotische clips merkbaar. Jongeren doen de clips letterlijk na. Daar helpt de 'Kijkwijzer' niet. We moeten proberen ze iets positiefs mee te geven." YFC bepleit aanscherping van de Kijkwijzer. Het raakt niet alleen meer de Antilliaanse probleemjeugd. Ook kinderen uit de blanke middenklasse voelen zich al daardoor aangesproken. De groep kwetsbare groep jongeren wordt snel groter. Wie neemt nu daarvoor de verantwoordelijkheid?

Jochem de Jong: “Met betrekking tot de clips is een mogelijke methode om clips van een ‘red button’ te voorzien om die vervolgens te bespreken met jongeren in tv-programma’s of op de site van MTV, TMF of The Box.”

Youth for Christ (Frank van Strijen en Setkin Sies)

De seksuele revolutie heeft het taboe op seksualiteit doorbroken, maar we hebben nu een nieuw taboe. We durven geen kaders meer te stellen.”

Bert Bakker vindt dat die taak niet bij de overheid is neer te leggen. „Opvoeden is in de eerste plaats een verantwoordelijkheid van ouders. Daarnaast kunnen scholen meer aan media-educatie doen.”

Nienke Westerbeek (EO) wil een meer fundamenteel probleem aan de orde stellen. Zij merkte dat, het de EO gemaakt kinderblad Zeggus (voor 9-12-jarige kinderen) over seks, voorzag in een grote behoefte. Zij roept vaders op hun opvoedingstaak serieus te nemen. “Het zou goed zijn als juist zij hun kinderen meegeven dat zij van waarde zijn. Op die manier kunnen ze beter hun grenzen bepalen.”

Andries Knevel uit kritiek op de doelgroep van de Kijkwijzer. Het instrument is vooral gericht op ‘blanke gezinnen’, maar bereikt de kwetsbare gezinnen juist niet.

Patti Valkenburg reageert hierop door te wijzen dat binnen de Kijkwijzer verschil is aangebracht tussen seks en foute seks. Zij erkent dat het mogelijk te soepel is geweest en een beetje te laat. Maar, zo stelt ze, het gaat bij de beoordeling altijd om een suboptimale mogelijkheid, helemaal perfect krijg je het niet.

Sophie Hilbrand (BNN) stelt meer in algemene zin de vraag wat er gebeurt zou zijn als MTV er niet was?

Patrick Kicken schat in dat jongeren niet direct een programma over nemen, maar dat ze er samen over praten.

Youth for Christ vindt dit te makkelijk. De straatcultuur wordt door media gepromoot, dat heeft gewoon met elkaar te maken. Jongerencultuur wordt mondiaal- mediaal. De effecten zijn daardoor groter dan ze ooit waren. Volgens YFC lijkt er een nieuw taboe te bestaan, namelijk om kaders stellen. Voor hen is de vraag of de kaders die we stellen wel goed zijn.

Bert Bakker vraagt zich in reactie daarop af wie dat moet doen? Hij meent: ouders, school en programmamakers. De overheid in veel mindere mate, maar hier is een spanning tussen christelijken en seculieren. Christenen willen nogal eens verbieden. Overheid moet agenderen en de ontwikkeling van media-educatie stimuleren. Het zijn echter wel allemaal initiatieven van blanken.

Interruptie **mevrouw Offenhaus-Beck (werkgroep tv geweld en lid Groen Links):** Ruzie seculieren en christenen is onzinnig. “Toon een beetje begrip voor andere culturen. Graag een beetje zelfkritiek. Er moet wetgeving komen die jongeren beschermt, geen censuur, want vrijheid van meningsuiting is hartstikke belangrijk.”

Coen Abbenhuis (NCRV) wil dat de discussie niet wordt gevoerd langs de lijn van de ‘seculieren’ tegen de ‘christelijken’. Juist een goed inhoudelijk gesprek is waardevol. Het gaat er niet om te verbieden, maar wel om steeds uit te leggen.

Arie Slob merkt op dat de overheid een juridische verantwoordelijkheid heeft om kinderen te beschermen op basis van het Verdrag voor de Bescherming van de Rechten van het Kind en ook vanuit strafrechtelijke wetgeving.

Dijsselbloem merkt nog eens op dat het opvoedingsprobleem breder is. Hoger opgeleiden hebben veel meer moeite dan destijds om een tegencultuur te bieden (dit wordt herkend door verschillende deelnemers in de zaal). Opvoedingsondersteuning en seksuele voorlichting is daarom erg belangrijk. Maar ook maatschappelijk verantwoordelijk ondernemen moet de norm worden. Het moet normaal worden om dat te bespreken.

Volgens **Rogier Havelaar (Perspectief (ChristenUniejongeren))** zou MTV aan jongeren een visie en meer perspectief moeten geven.

Jochem de Jong merkt op dat MTV dit al doet. Ze draaien niet alleen clips, maar hebben ook maatschappelijke projecten als bijv. 'Cool politics', de 'staying alive-campaign' en de 'Free your mind award'.

Floor Koomen (EO eindredacteur blinQ)

Jongerencultuur is niet eigenmachtig ontstaan zoals destijds Woodstock. Het wordt gestuurd vanuit een geraffineerde mondiale marketingstrategie "vnl. van Viacom, en wij lopen er met z'n allen achteraan. We denken niet zelf na."

De **Bond van Adverteerders**, bij monde van **Cees Bosma**, stelt dat zij zich niet met de inhoud bemoeien. Bovendien laten reclamemakers zich controleren en journalisten laten zich niet beïnvloeden.

Joël Voordewind (ChristenUnie) spreekt dit tegen, want een voorstel om de presentatoren van het programma 'Life-and-cooking' mee te laten helpen bij een voedselbank werd door Unox afgekeurd. Het merk zou er onvoldoende in naar voren komen.

Coen Abbenhuis merkt in algemene zin op dat het er om gaat kinderen geestelijk weerbaar te maken. Dat moet in de eerste plaats thuis gebeuren en in vervolgens in het primair en voortgezet onderwijs.

Samenvatting en conclusies

dr. Martine Delfos (PICOWO)

Preuts

De conferentie gaat over jongeren en clips. Het gaat over excessen, maar het is breder dan dat. Men moet zich er niet ook niet van afmaken door te stellen dat zijn die christelijken (en die zijn ouderwets en preuts).

Uit onderzoek naar 'hoeveel-keer-we-het-doen-per-week' kun je afleiden dat Nederlanders massaal liegen over seks. Het beeld wat de media tonen is nogal anders dan de werkelijkheid dus, maar in kinderen vormt het de nieuwe werkelijkheid.

Vroeger was het overzichtelijk, op zolder had je vieze plaatjes. Nu is het onoverzichtelijk, je kunt het aanbod niet meer overzien als ouders. Het gaat daarbij overigens niet in de eerste plaats over de weerbaarheid van kinderen, maar over de vorming van kinderen. Pubers kunnen wat ze experimenteren nog afschudden, jonge kinderen worden door wat ze als beelden ontvangen ook gevormd. Ze krijgen een verwrongen beeld over seksualiteit en man/vrouw verhoudingen. Het is schokkend om te moeten horen dat een 8-jarige uit een gewoon gezin al verslaafd is aan porno, vroeger was dat technisch niet eens mogelijk.

Excessen

Volgens Valkenburg is er onderzoek en de conclusie is dat het negatief effect heeft. Het heeft geen zin dat te ontkennen zoals MTV dat deed in de discussie.

Het gaat tot nu toe in de discussie vooral over de excessen, de vorming die ervan uitgaat naar kinderen is een belangrijk probleem. En het gebeurt overal, alleen bij ons in Nederland erger dan in andere landen.

De seksuele moraal is: alles moet kunnen, je moet alles mogen laten zien, maar je mag er niets van zeggen. Er is een 'alles moet kunnen cultuur' ontstaan door de seksuele revolutie. Die heeft veel goeds gebracht, maar wij zijn uit de bocht gevlogen. Maar het is eng om dat te publiceren. Zo werd in Nederland in de jaren '60 en '70 bijvoorbeeld pedoseksualiteit door verscheidene voortrekkers van de seksuele revolutie verheerlijkt. MTV hanteert in de conferentie het argument van het Calimero-effect (ons effect is niet zo groot en het is een klein effect en heus niet alleen maar door MTV). Maar MTV lijkt wel te willen veranderen.

Ook het NICAM stelt dat er geen reden tot ongerustheid is, de Kijkwijzer werkt goed en is gebaseerd op onderzoek. In Europa zijn ze jaloers op onze Kijkwijzer. Maar het bleek nu juist dat onderzoek ontbreekt in Nederland en schaars is in het buitenland, en dat dit tijdens de conferentie bekend werd en dus is de Kijkwijzer daar niet op gebaseerd. Valkenburg sprak haar verbazing uit over het bestaan van zoveel onderzoek. De Kijkwijzer lijkt tekort te schieten. Onderzoek naar bereik en effect blijft nodig.

Rechten kind versus vrijheid van meningsuiting?

Uiteindelijk moeten we het hebben over datgene wat het Verdrag inzake rechten van het kind vraagt van de overheid. "Nederland heeft het Verdrag Inzake de Rechten van het Kind ondertekend en geratificeerd. Daarmee heeft Nederland zich ermee verbonden dit verdrag uit te voeren. Artikel 17, lid e van dit verdrag luidt:

De ontwikkeling aan te moedigen van passende richtlijnen voor de bescherming van het kind tegen informatie en materiaal die schadelijk zijn voor zijn welzijn."

Daar moeten we het over hebben, dat is de kern van de discussie. En de spannende vraag is dan natuurlijk wie delft het onderspit? Wie is hierin de zwakke partij?

Aan de ene kant zijn daar de Rechten van het kind (het recht beschermd te worden tegen schadelijke informatie) en aan de andere kant de Rechten van de mens (vrije meningsuiting) Deze lijken nu in strijd met elkaar, dus wat nu? Moeten de rechten van het kind niet prevaleren boven de rechten van de mens? Een beschaving is af te meten aan de wijze waarop het omgaat met zijn kwetsbare leden.

Conclusie

Er zijn onvoldoende richtlijnen met betrekking tot eventuele schadelijke gevolgen van de invloed van de media (niet alleen tv, maar ook video, internet, games) waardoor er in een korte periode een wildgroei lijkt te zijn ontstaan die met name op het gebied van seksualiteit kinderen en jeugdigen verstoort in een leeftijdsadequate seksuele ontwikkeling. Het biedt jongeren experimenteermogelijkheden, maar het vormt de kinderen.

Gezien de tijd die het kost om onderzoek uit te voeren en richtlijnen te ontwikkelen en media-educatie te ontwikkelen, lijkt het noodzakelijk de overheid met klem te vragen wetenschappelijk onderzoek te faciliteren en voorlopige, tijdelijke maatregelen, in de vorm van een noodmaatregel, te treffen.