

V L A A M S P A R L E M E N T



Zitting 2000-2001

7 juni 2001

ONTWERP VAN DECREET

betreffende het onderwijs XIII

ADVIES

van het Kinderrechtencommissariaat

Zie :

729 (2000-2001)

– Nr. 1 : Ontwerp van decreet

Advies

Reclame en sponsoring in het lager en secundair onderwijs

Commissie voor Onderwijs, Vorming en Wetenschapsbeleid.

Ontwerp van Decreet betreffende het onderwijs XIII, *Parl.St.* Vlaams Parlement, 2000-2001, nr. 729

Stuk 2000-2001/9

Reclame en sponsoring in het lager en secundair onderwijs

SITUERING

Tot op heden is het scholen en onderwijsinstellingen verboden enige vorm van handelsactiviteit te ontplooiën. Dit verbod raakt potentieel ook reclame en sponsoring in onderwijsinstellingen. De beknopte omschrijving van deze regeling¹ leidde tot rechtsonzekerheid over wat al dan niet is toegelaten. Bovendien blijken in de praktijk heel wat onderwijsinstellingen een beroep te doen op onder meer sponsoring.² Om tegemoet te komen aan deze vraag en om meer rechtszekerheid te bieden heeft de Vlaamse Regering een regeling uitgewerkt over reclame en sponsoring in het onderwijs.

Deze regeling is opgenomen in het ontwerp van decreet betreffende het Onderwijs XIII, het zgn. mozaïekdecreet. Dit decreet beoogt op een heel aantal punten de huidige onderwijswetgeving aan te passen en te moderniseren. De regeling over reclame en sponsoring is hier slechts één facet van.

De nieuwe regeling betreffende de reclame en sponsoring in onderwijsinstellingen is uniform uitgewerkt voor de verschillende vormen van onderwijs, zoals het basisonderwijs en het secundair onderwijs.³ In principe is reclame en sponsoring in het onderwijs toegelaten. De grenzen waarbinnen dit kan, moeten worden vastgelegd in het schoolreglement.⁴ Daarnaast moet de reclame of sponsoring een dubbele toets doorstaan. Deze mag niet kennelijk onverenigbaar zijn met de pedagogische en onderwijskundige taken en doelstellingen van de school. Daarenboven moet nagegaan worden of de reclame of sponsoring niet strijdig zijn met de algemene principes inzake objectiviteit, geloofwaardigheid, betrouwbaarheid en onafhankelijkheid.

In het ontwerp van decreet wordt niet bepaald wat het onderscheid is tussen reclame en sponsoring. Beiden worden op dezelfde manier geregeld. Om deze

¹ Onder meer terug te vinden in art. 51 van het Decreet Basisonderwijs en art. 41 van de Wet van 29 mei 1959 tot wijziging van verschillende bepalingen van de onderwijswetgeving (zgn. schoolpact).

² We verwijzen hiervoor naar de Memorie van Toelichting, *Parl.St.* Vlaams Parlement, 2000-2001, nr. 729/1, p. 7 en 17.

³ Voor het basisonderwijs zijn er de bepalingen III.9 en V.3 van het ontwerp van decreet. De regeling voor het secundair onderwijs is terug te vinden in art. V.12, die voor het deeltijds kunstonderwijs in art. V.16.

⁴ Wat betreft het basisonderwijs wordt dit expliciet vernoemd in art. III.9 van het ontwerp van decreet. Voor het secundair onderwijs wordt in de memorie van toelichting vermeld dat "het besluit van 13 maart 1991 betreffende de organisatie van het voltijds secundair onderwijs [zal] worden aangepast". (zie p. 18, Memorie van Toelichting)

reden en omdat in de praktijk de lijn tussen sponsoring en reclame moeilijk te trekken valt, worden ze in het advies op dezelfde lijn geplaatst.

OVERWEGINGEN VAN HET KINDERRECHTENCOMMISSARIAAT

Internationaal Verdrag inzake de Rechten van het Kind

Het Internationaal Verdrag inzake de Rechten van het Kind (verder: het Verdrag) bevat een aantal bepalingen die een aanknopingspunt bieden in deze materie. In het advies zullen onder meer artikel 3 en de artikelen 28 en 29 van het Verdrag aan bod komen.

In de eerste plaats is er het artikel 3. Dit artikel bepaalt dat bij het nemen van maatregelen die kinderen betreffen, de belangen van het kind de eerste overweging vormen. Het gaat hier niet enkel om maatregelen betreffende individuele kinderen, maar ook over maatregelen betreffende kinderen als groep. Bovendien richt deze bepaling zich niet enkel tot de overheid, maar alle "openbare of particuliere instellingen voor maatschappelijk welzijn" en "rechterlijke instanties, bestuurlijke autoriteiten of wetgevende lichamen".

Daarnaast zijn er een aantal artikelen welke rechtstreeks het onderwijs viseren. Zo legt artikel 28 van het Verdrag de verantwoordelijkheid voor het organiseren van onderwijs bij de overheid. Het is aan de overheid om te zorgen dat het onderwijs gratis is en toegankelijk voor alle kinderen. Het is ook aan de overheid om er op toe te zien dat de kwaliteitsstandaard voor het onderwijs wordt gerespecteerd. Deze standaard en de doelstellingen van het onderwijs zijn neergelegd in artikel 29 van het Verdrag.

Kindeffectrapportage

In het decreet houdende de instelling van het kindeffectrapport⁵ werd de vereiste van een kindeffectrapport voor elk ontwerp van decreet dat kennelijk de belangen van het kind raakt in het vooruitzicht gesteld. De invoering hiervan zou geleidelijk gebeuren. Op het moment van het indienen van dit ontwerp van decreet werden de materies waarvoor een kindeffectrapport vereist is, opgesomd in het Besluit van de Vlaamse regering van 19 januari 1999.^{6 7} Hoewel

⁵ Decreet van 15 juli 1997 houdende instelling van het kindeffectrapport en de toetsing van het regeringsbeleid aan de naleving van de rechten van het kind, B.S. 7 oktober 1997.

⁶ Besluit van de Vlaamse regering tot bepaling van de bevoegdheden waarvoor de verplichting tot opmaak van een kindeffectrapport wordt opgelegd, B.S. 24 februari 1999.

de materie onderwijs vanzelfsprekend de belangen van het kind raakt is deze materie slechts gedeeltelijk gevisieerd in voornoemd besluit. Enkel de leerlingenparticipatie in het secundair onderwijs en de rechten van leerlingen en ouders in het basisonderwijs waren op het moment dat voorliggend ontwerp werd ingediend voorzien. (art. 2, 2° en 16°)

De thematische lijst in het besluit van 1999 was op te vatten als een minimum. Elke bevoegde Minister kon daarnaast nog zelf oordelen dat een bepaald ontwerp kennelijk de belangen van kinderen raakt en alsnog een kindeffectrapport (laten) opmaken. In deze context had de regering er volgens het Kinderrechtencommissariaat dan ook goed aan gedaan bij het huidige decreet, dat manifest de positie van kinderen raakt, een kindeffectrapport te voegen. Het huidige voorstel heeft immers betrekking op de positie van leerlingen (en ouders) in het basisonderwijs. Onder meer de regeling betreffende reclame en sponsoring is hier een facet van.

Bovendien lijkt het niet consequent met de beleidslijn die de huidige regering voorhoudt te volgen. De regering profileert zich in een aantal initiatieven als rekening houdende met de positie van kinderen. Recent vaardigde ze ook een besluit uit waarbij de kindeffectrapportage naar alle Vlaamse bevoegdheden wordt veralgemeend. In een belangrijk dossier als dit echter, waarbij toch een geheel nieuwe filosofie voor het onderwijs wordt uitgewerkt, laat zij het na een kindeffectrapport op te maken.

Algemene beschouwingen

Er zijn al een aantal kritieken op het huidige voorstel geformuleerd. Bij een aantal van deze kritiekpunten wenst het Kinderrechtencommissariaat zich aan te sluiten. Het Kinderrechtencommissariaat is echter van oordeel dat de problematiek van reclame en sponsoring in het onderwijs geen zwart-wit vraagstuk is. Ook vanuit het standpunt van de kinderrechten is geen eenduidig antwoord te formuleren. De kinderrechten omvatten immers een aantal principes die moeten afgewogen worden. Traditioneel worden de kinderrechten ingedeeld in de categorieën provisie, participatie en protectie. Provisie betekent het beroep kunnen doen op een aantal diensten. Participatie duidt op de inspraak- en participatierechten van kinderen in de samenleving en protectie duidt op de beschermingsrechten. Vanuit elk van deze rechten kan het huidige debat geanalyseerd worden.

⁷ De Vlaamse regering keurde recent een besluit goed waarbij de verplichting tot het opstellen van een Kindeffectrapport wordt uitgebreid tot alle domeinen. Dit K.B. was op het moment van het indienen van het huidige ontwerp van decreet nog niet gepubliceerd.

De eerste P, deze van de provisie, omvat de rechten een beroep te doen op een aantal diensten. Meer specifiek speelt hier het recht op onderwijs.⁸ Artikel 28 van het Verdrag is op dit punt relevant. In dit artikel wordt immers het recht op onderwijs voor kinderen voorzien. Het is aan de overheid om middelen ter beschikking te stellen zodat kinderen kunnen genieten van gratis onderwijs.⁹ Deze plicht mag de overheid niet van zich af schuiven.

De tweede P is die van de participatie. Deze rechten worden in essentie verwoord in de artikelen 12 en 13 van het Verdrag. Deze komen er op neer dat kinderen inspraakrechten hebben, dat ze recht hebben om informatie te verzamelen en te verspreiden. Met andere woorden kinderen moeten, rekening houdend met hun capaciteiten, worden beschouwd als deelnemers aan het sociale leven. Deze bepalingen vormen een dam tegen al te veel paternalisme in naam van bescherming. Deze rechten moeten worden bepaald afhankelijk van de capaciteit van het kind.

Ten slotte komt het probleem van de protectie aan bod. Dit zijn alle rechten waardoor kinderen worden beschermd. Hier is de afweging van deze rechten tegenover de participatierechten belangrijk.

Protectie & Provisie

Het Kinderrechtencommissariaat is van oordeel dat het invoeren van reclame en sponsoring in het onderwijs een bedenkelijke evolutie is. Een aantal argumenten worden hierna uitgewerkt.

Het Kinderrechtencommissariaat is van oordeel dat het voeren van reclame en sponsoring inherent strijdig is met de opdrachten van onderwijsinstellingen. Onderwijsinstellingen dienen bij te dragen tot de opvoeding van kinderen. Deze opvoeding impliceert het opvoeden tot een kritisch en weerbaar burger. Deze weerbaarheid en kritische instelling betreffen vanzelfsprekend ook de reclame en sponsoring die zich via allerlei kanalen richt tot het publiek, inclusief kinderen. Gezien reclame en sponsoring een *persuasieve* vorm van communicatie

⁸ VENY, L. (1998), "(Onderwijs)rechten van kinderen: een stand van zaken. Een merkelijke verbetering na 8 jaar Kinderrechtenverdrag", in VERHELLEN, E., *Kinderrechtengids*, Gent: M&B Breesch, p. 13-32.

⁹ Dit is principieel zo voor het basisonderwijs. Voor het secundair onderwijs is dit niet zo duidelijk. Hier geldt echter een zgn. "stand-still", de huidige regeling kan wat betreft de positie van de kinderen niet worden teruggeschoefd.

zijn, zijn deze per definitie strijdig met de onderwijsdoelstelling de leerlingen op te voeden tot kritische persoonlijkheden.

De maatschappelijke relevantie van dit probleem staat buiten kijf. De laatste jaren zijn er verschillende wetgevende initiatieven geweest die de consument proberen te beschermen. We denken aan de wetten op het consumentenkrediet en de collectieve schuldenregeling. Deze wetten zijn ontsproten aan de nefaste gevolgen van de reclamestroom voor sommige mensen. Problematisch koopgedrag dat mede wordt veroorzaakt door reclame is maatschappelijk een belangrijk probleem. Een belangrijk aspect van opvoeding is zodoende het wapenen van kinderen tegen deze gevaren. Hoe kan het onderwijs zijn taak hierin volbrengen en tegelijkertijd reclame of sponsoring toelaten? Het huidige voorstel staat haaks op de filosofie van deze wetgeving en nog andere initiatieven zoals de sperperiode rond de feestdagen en het verbod van reclame tijdens kinderprogramma's. Het lijkt absurd enerzijds te stellen dat commerciële omroepen geen reclame mogen voeren tijdens de uitzendtijd die gericht is op kinderen en anderzijds dit wel toe te laten voor scholen.

Indien reclame al toegang moet krijgen tot onderwijsinstellingen zou dit moeten zijn als een leeronderwerp. Men zou moeten uitleggen wat reclame is, hoe het werkt en wat de zin/onzin er van is.

Een steeds terugkomend argument tegen het invoeren van reclame en sponsoring betreft het risico dat de overheid haar verantwoordelijkheid op het vlak van onderwijsfinanciering wel eens van zich af zou kunnen schuiven. De basisfinanciering van het onderwijs mag niet in het gedrang gebracht worden door een eventueel succesvolle sponsoring of reclame. Dit zou manifest strijdig zijn met artikel 28 van het Verdrag. Ook de Sociaal-Economische Raad van Vlaanderen (SERV), die wel te vinden is voor de voorgestelde regeling, drukt op dit punt zijn bezorgdheid uit.¹⁰

Er is echter nog een gevaar. De kans dat de overheid drastisch gaat snoeien in de budgetten voor onderwijs mag dan op dit moment wel klein zijn, mochten reclame en sponsoring succesvol zijn zou het budget voor onderwijs in de toekomst wel eens minder snel kunnen mee-evolueren met de kosten. De kosten voor onderwijs zullen in de toekomst vanzelfsprekend blijven stijgen. Bepaalde nieuwe technologieën bijvoorbeeld moeten in het lessenpakket worden geïntegreerd. In eerste instantie zullen deze "nieuwttjes" bijvoorbeeld door een gulle sponsor ter beschikking worden gesteld. Er is dus geen tekort voor de school die sponsors heeft. Technologie heeft echter de neiging te evolueren van innoverend naar noodzakelijk. Het risico bestaat dan dat men geen argumenten heeft de budgetten op dat punt te verhogen, de kosten worden immers al gedragen door reclame en sponsoring. Bovendien is het blijvend investeren in

¹⁰ Zie *Financieel Economische Tijd* 13 maart 2001, p. 3.

onderwijs een opdracht van de overheid. Deze mag niet afhankelijk zijn van private sponsors.

Kosten die noodzakelijk zijn voor het verstrekken van een kwalitatief hoogstaand onderwijs en die vereist zijn in het kader van de eindtermen, mogen niet worden gedekt door inkomsten uit sponsoring en reclame. Dit zou de plichten die de overheid op dit punt heeft kunnen verdoezelen.

Hoewel sponsoring en reclame nuttig zouden kunnen zijn, mogen deze er geenszins toe leiden dat de overheid de noodzakelijke kosten voor het verstrekken van een gratis en volwaardig onderwijs van zich af zou schuiven. Dit is op termijn een reëel gevaar.

Het invoeren van de mogelijkheid om reclame en sponsoring aan te wenden in het onderwijs heeft een ongelijke verdeling van middelen tot gevolg. Dit betekent ook dat er ongelijke onderwijskansen en dus discriminatie kan ontstaan tussen kinderen. Deze ongelijke verdeling zal het gevolg zijn van het feit dat bepaalde instellingen wel zullen gesponsord worden en anderen niet. Dit kan verschillende oorzaken hebben.

Ten eerste kan een school ervoor kiezen geen reclame en sponsoring toe te laten omdat dit niet zou passen binnen het pedagogisch project. Hoewel deze keuze vrijwillig is, heeft dit tot gevolg dat scholen die zich streng en consequent aan hun pedagogische opdracht houden minder middelen ter beschikking zullen hebben.

Nog minder aanvaardbaar is de discriminatie die kan ontstaan tussen scholen en studierichtingen die minder in de markt liggen. Sponsoring en reclame zijn immers niet vrijblijvend, de sponsor of diegene die reclame voert wil er een voordeel uit halen. Men zal zich dus enkel richten tot die scholen en richtingen waar potentiële 'kopers of gebruikers' van hun product aanwezig zijn. Bepaalde richtingen zullen aldus minder aantrekkelijk zijn. Bepaalde scholen zullen ook minder aantrekkelijk zijn. We denken dan aan concentratiescholen of scholen in kansarme buurten. Dit zijn echter juist de scholen die het meest behoefte hebben aan extra middelen.

Een aantal argumenten die worden aangehaald om het voorstel te motiveren zijn bovendien niet correct.

Ten eerste wordt voorgehouden dat hiermee de onzekerheid die vroeger bestond uit de wereld zou worden geholpen. De huidige terminologie van de wet is echter even onduidelijk en scholen zullen de uitspraken van het nieuwe toezichtorgaan (Commissie zorgvuldig bestuur) moeten afwachten. Wat is "kennelijk onverenigbaar zijn met de pedagogische en onderwijskundige taken van de school"? Wat is "niet strijdig zijn met de algemene principes inzake objectiviteit, geloofwaardigheid, betrouwbaarheid en onafhankelijkheid"? Het

Kinderrechtencommissariaat kan geen invulling geven aan deze begrippen en ook het decreet verschaft geen duidelijkheid. De vraag is dan ook op welke basis een controle gaat worden uitgevoerd. Men verkrijgt de gewenste duidelijkheid niet door elke school zelf te laten reguleren. Door steeds meer over te laten aan de scholen zelf, onder het mom van de 'autonomie', wordt bovendien het kwaliteitstoezicht waartoe de overheid verplicht blijft (o.m. op basis van art. 29 van het Verdrag) steeds beperkter. Ten slotte overstijgt de problematiek (en de gevolgen) van reclame en sponsoring de belangen van individuele onderwijsinstellingen.

Ten tweede wordt voorgehouden dat in de praktijk sponsoring en reclame in onderwijsinstelling regelmatig voorkomen. Dit is geen argument om het toe te laten. Omgekeerd zelfs, het zou een reden kunnen zijn om het meer te beteugelen.

Ten derde wordt voorgehouden dat de scholen zich niet op 'een eiland' bevinden.¹¹ Dezelfde argumentatie als hierboven gaat op. Het is niet omdat iedereen bepaalde zaken doet, dat het debat over de wenselijkheid ervan niet moet worden gevoerd. Dit is bovendien tegelijkertijd een argument contra. Kinderen en jongeren worden sowieso al van heel jonge leeftijd bestookt met reclame. Het zou dan wel eens positief kunnen zijn dat ze daar op school niet mee worden geconfronteerd.

Participatie

Tegelijk en even dwingend als de provisie- en protectierechten zijn er de hoger genoemde participatierechten. Kinderen hebben op grond van het Verdrag het recht hun mening te uiten, informatie te verzamelen en te verspreiden, ...

Reclame is een vorm van informatie en het ontvangen van informatie is een aspect van het sociale leven, net zoals het ermee omgaan. Men kan dus kinderen niet zomaar het recht ontzeggen deze informatie te ontvangen. Er zijn wel gronden waarop het recht informatie te ontvangen en te verspreiden kan worden beperkt. Deze beperkingen moeten gefundeerd worden, bijvoorbeeld op basis van de volksgezondheid of in het belang van de openbare orde (art. 13.2 van het Verdrag). Hier situeert zich de moeilijkheid van de discussie. Al te paternalistisch optreden is strijdig met art. 12 en 13 van het Verdrag, maar een beperking kan nodig zijn in het belang van de minderjarige.¹²

¹¹ Zie *Het Laatste Nieuws* 12 maart 2001, p. 9.

¹² De term 'volksgezondheid' wordt hier in de meest brede betekenis van het woord gebruikt. Het slaat ook op bijvoorbeeld de geestelijke gezondheid en evenwicht. De bezorgdheid om de volksgezondheid is een van de criteria die traditioneel (zie o.m. art. 5, 8 en 9 EVRM, art. 13.2 IVRK) een beperking van grondrechten kunnen rechtvaardigen. Zo ook de rechten vervat in art. 13 IVRK.

Men zou kunnen argumenteren dat een reclame of sponsoringverbod wenselijk is omdat kinderen in grotere mate dan volwassenen ontvankelijk en beïnvloedbaar zijn. Reclame en sponsoring beïnvloeden iedereen in zekere mate (dit is trouwens ook de bedoeling) maar zeker voor jongere kinderen dient de overheid een zorgvuldigheidsplicht te respecteren.¹³ Anderzijds is één van de belangrijke aspecten van opvoeden, kinderen wapenen tegen de hoeveelheid reclame en sponsoring die op hen af komt. De discussie kan zich in twee richtingen ontwikkelen.

De vraag is aldus of de participatierechten van jongeren in het gedrang komen mochten reclame en sponsoring verboden blijven in het onderwijs. Dit is allerm minst zo. Onderwijs is immers maar één van de vele kanalen langs waar informatie kinderen bereikt. Het feit dat reclame en sponsoring in het onderwijs zouden verboden zijn verhindert niet dat kinderen deze nog zullen ontvangen (via televisie, tijdschriften, cinema, enz.). Het Kinderrechtencommissariaat is dan ook van oordeel dat dit geen argument is om reclame en sponsoring in het onderwijs toe te laten. Te meer daar onder meer onderwijsinstellingen kinderen moeten opvoeden tot kritische burgers.¹⁴ Het voeren van reclame en sponsoring in deze instelling brengt rechtstreeks dit aspect van hun taak in het gedrang (zie hoger).

Wil men echter participatie als argument gebruiken om reclame en sponsoring in onderwijsinstelling toe te laten, moeten deze principes consequent toegepast worden. Men moet dan ook in dit debat inspraak geven aan de leerlingen zelf. Ook dit is een vorm van participatie.

Het belang van het kind

De fundamentele vraag moet echter teruggevoerd worden tot artikel 3 van het Verdrag. Is deze regeling in het belang van het kind? Dit geldt niet enkel voor het huidige voorstel, maar deze bepaling richt zich ook tot de onderwijsinstellingen zelf. Op het moment dat zij beslissen om in het schoolreglement de mogelijkheid voor reclame en sponsoring toe te laten moeten ook zij nagaan of dit in het belang van het kind is.

¹³ Vgl. de overwegingen van het Kinderrechtencommissariaat in het advies omtrent het voorstel van decreet houdende wijziging van artikel 82 van de decreten betreffende de radio-omroep en de televisie, gecoördineerd op 25 januari 1995, *Parl.St.* Vlaams Parlement, 1999-2000, nr. 92/2.

¹⁴ Artikel 29.1, d bepaalt dat onderwijs moet bijdragen tot het voorbereiden van kinderen tot het dragen van verantwoordelijkheden in de samenleving. Ook in de eindtermen is het opvoeden van leerlingen tot kritische en weerbare burgers opgenomen (vgl. o.m. ontwerp van decreet tot bekrachtiging van de eindtermen van de tweede en derde graad van het secundair onderwijs, *Parl.St.* Vlaams Parlement, 2000-2001, nr. 536/1).

Het Kinderrechtencommissariaat kan zich niet van de indruk ontdoen dat deze vernieuwing zowat in ieders belang is, behalve in dat van de kinderen zelf. De regeling is ongetwijfeld in het belang van de overheid, doordat de financieringslast van het onderwijs vermindert. De regeling kan in het belang van sommige scholen zijn, gezien zij hun kas zouden kunnen spijzen. De regeling zal ongetwijfeld in het belang zijn van diegene die wensen reclame te voeren of te sponsoren. Zij zullen immers niets investeren indien het niet rendeert. Maar is het belang van het kind met deze regeling gediend? Op basis van het voorgaande kan dit betwijfeld worden. Bovendien, en dit is erger, heeft de overheid klaarblijkelijk bij het uitwerken van deze regeling zelfs niet stilgestaan bij het belang van het kind en de mogelijke consequenties van deze regeling op kinderen.

Het Kinderrechtencommissariaat is van oordeel dat de huidige regeling niet de nuances aanbrengt die noodzakelijk zijn voor een goede aanpak van deze zaak. Voor het voeren van reclame en sponsoring is bijvoorbeeld de leeftijd van het kind belangrijk, hiermee wordt geen rekening gehouden. Wat betreft reclame en sponsoring is er een belangrijk onderscheid tussen reclame in een schoolblad of ter gelegenheid van een opendeurdag en reclame die zich richt tot kinderen. Er is een fundamenteel onderscheid tussen sponsoring van materialen en activiteiten die nodig zijn voor het onderwijs (bvb. in het kader van de eindtermen) en de sponsoring van nevenactiviteiten of buitenschoolse activiteiten. En zelfs bij een gesponsorde 'nevenactiviteit' dient zeer zorgvuldig opgetreden te worden. Ook hier is er het risico van dualisering van het onderwijs.

Al deze nuances worden in de huidige regeling genegeerd. Hiermee schuift de overheid een belangrijke verantwoordelijkheid van zich af onder het mom van de vrijheid van de onderwijsinstellingen. Deze vrijheid neemt nooit weg dat het aan de overheid is te waken over de kwaliteit van het onderwijs.

ADVIES VAN HET KINDERRECHTENCOMMISSARIAAT

- Op basis van de plicht tot zorgvuldigheid en de provisie- en protectierechten van minderjarigen, is het Kinderrechtencommissariaat van oordeel dat reclame en sponsoring niet verenigbaar zijn met de essentiële beginselen van het onderwijs en de opdracht van onderwijsinstellingen.
- Hoewel het Kinderrechtencommissariaat het recht op informatie, participatie, erkent, is het niet wenselijk dat deze de vorm aanneemt van reclame en sponsoring in het onderwijs.
- Indien reclame en sponsoring zouden worden toegelaten in het onderwijs dient de overheid, op basis van haar opdracht te waken over de kwaliteit van het onderwijs, de juiste afbakening hieraan te geven en de juiste nuances in deze regeling aan te brengen. De gebruikte terminologie is op dit moment te vaag en onduidelijk.
- Het toelaten van zelfregulering op schoolniveau beperkt al te veel het toezicht door de overheid. Bovendien zal dit een uiteenlopende, en dus onduidelijke, praktijk op het veld in de hand werken.

Ankie Vandekerckhove.
Kinderrechtencommissaris
Juni 2001