

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



Zitting 2005-2006

14 maart 2006

VOORSTEL VAN RESOLUTIE

– van de dames Marijke Dillen en An Michiels en de heer Jurgen Verstrepen –

**betreffende aandacht voor een mediaopleiding in alle richtingen
van het lager en het secundair onderwijs**

TOELICHTING

DAMES EN HEREN,

De Vlaamse decreten betreffende de radio-omroep en televisie bepalen in verband met reclame en telewin- kelen dat er in de onmiddellijke omgeving van kinder- programma's geen reclame mag worden uitgezonden. Met 'onmiddellijke omgeving' wordt bedoeld: binnen een tijdsbestek van vijf minuten voor en na het kin- derprogramma.

Die vijfminutenregel staat ter discussie. Het is een belangrijk basisprincipe dat het belang van het kind moet primeren op economische argumenten en dat het noodzakelijk is de reclamedruk op kinderen te beheersen. Maar wegens de sterk gewijzigde situatie binnen het medialandschap in Vlaanderen, Europa en de wereld, kan er worden nagedacht en gediscussi- eerd over de vraag of de vijfminutenregel nog langer houdbaar blijft. Vandaag is het immers een vast- staand gegeven dat de Vlaamse commerciële zenders inkomsten verliezen aan de buitenlandse concurren- ten die in Vlaanderen op onze kabel uitzenden. De Vlaamse commerciële zenders proberen de regelge- ving te omzeilen door bijvoorbeeld muziekclips uit te zenden voor en na kinderprogramma's, maar dat overtuigt de reclamemakers duidelijk niet.

De buitenlandse concurrenten, zoals Nickelodeon, mogen immers wel onbegrensd reclame uitzenden. Zij vallen niet onder de reclamebeperkingen die aan de eigen televisiezenders worden opgelegd. Een poging om de vijfminutenregel in heel Europa in te voeren, is mislukt. Een voorstel om de regel toe te passen op alle zenders die in Vlaanderen uitzenden, stuitte op het veto van de Europese Commissie. De strengere normen in Vlaanderen t.o.v. de Europese regelgeving leiden in de praktijk tot oneerlijke con- currentie tussen de Vlaamse commerciële zenders en de andere commerciële zenders in Europa. De con- currentievervalsing kan worden beperkt door het uniformiseren van de Europese regelgeving – wat evenwel in de praktijk onhaalbaar is gebleken – en door het opheffen van zeer uiteenlopende regionale reglementeringen.

Het is evenwel onaanvaardbaar dat de mediadecreten ter zake worden gewijzigd zonder tegelijkertijd andere maatregelen te nemen. Immers, regels met betrekking tot reclame in verband met kinderen hebben niets te maken met betutteling, maar wel met het beschermen van de zwakste partij. Het heeft te maken met respect voor het kind.

Er moet rekening worden gehouden met de eigenheid en het ontwikkelingsniveau van kinderen en er mag geen misbruik worden gemaakt van hun goedgelovig- heid en onervarenheid. Zoals bijvoorbeeld met een deontologische code die de kinderen moet bescher- men tegen te veel reclamedruk.

Maar met een deontologische code alleen is het probleem niet opgelost. Want deze code kan van- uit Vlaanderen enkel worden bereikt met Vlaamse zenders. Buitenlandse zenders die in Vlaanderen uitzenden, zullen niet geneigd zijn die code mee te ondertekenen.

De discussie moet daarom worden opengetrok- ken en mag zich niet beperken tot de problematiek van reclame. Het mediagebeuren in onze complexe samenleving is immers uitgegroeid tot een ingewik- kelde materie.

In de beleidsnota Media 2000-2004 staat te lezen: "De media spelen een steeds belangrijker rol in onze dagelijkse leefwereld. Informatie wordt de sleutel die vele deuren opent op economisch, cultureel en maat- schappelijk vlak. Onze maatschappij wordt stilaan een informatiemaatschappij waar toegang tot infor- matie gevolgen heeft voor iedere burger. De denk- patronen van de burger, zijn persoonlijke visie op de maatschappij en uiteindelijk ook zijn maatschap- pelijk functioneren en gedrag vinden mee hun oor- sprong in de informatie die hij ontvangt en verwerkt. Zonder hier de impact en kracht van de opvoeding en de eigen persoonlijkheid te minimaliseren, moe- ten we vaststellen dat de gangbare maatschappelijke normen automatisch mee geschapen en gekneet wor- den door de beelden die we zien, de meningen die we horen of lezen. De media hebben dus een belang- rijke maatschappelijke invloed: zij informeren immers niet alleen, zij kunnen ook gevoelens aanwakkeren of temperen, zij kunnen stimuleren of afremmen." (einde citaat).

Kinderen en jongeren worden vandaag dagelijks geconfronteerd met de media.

Televisiekijken is bijvoorbeeld uitgegroeid tot een vast onderdeel van de activiteiten van kinderen en jongeren en is een belangrijke vorm van ontspan- ning.

Via de televisie worden er waarden overgedragen. Televisie en alle andere media geven slechts een bepaalde visie op de werkelijkheid weer. Door de selectie van de onderwerpen en de manier waarop

die worden gebracht, wordt een bepaalde visie van de realiteit opgedrongen.

Om jongeren op een volwassen en objectieve wijze te leren omgaan met het hele mediagebeuren, zijn een onafhankelijke en objectieve media en berichtgeving noodzakelijk.

Helaas zijn de media en is de berichtgeving vandaag vaak niet onafhankelijk en objectief. Ook de jongeren ondervinden dat zelf en beseffen de gevaren van de problematiek. Het verzoenen van het recht op correcte informatie met het principe van persvrijheid is een grote uitdaging.

Naar aanleiding van die problematiek heeft in het verleden het Scholierenparlement zich gebogen, nagedacht en gedebatteerd over de rol van de media in een veranderende wereld. Het Scholierenparlement stelt dat er behoefte is aan meer, ruimere en meer genuanceerde berichtgeving uit de hele wereld.

De jongeren beseffen duidelijk dat door de recente ontwikkelingen zoals mediaconcentratie, monopolievorming en de vermenging van media en politiek de macht van verschillende groepen op de media steeds toeneemt. Dit kan tot gevolg hebben dat de onafhankelijkheid van de media in het gedrang komt.

Zo klagen ze uitdrukkelijk aan dat “ondanks het bestaan van deontologische codes we heel wat mistoestanden vaststellen. Bronnen worden niet altijd gecontroleerd, de privacy wordt soms niet gevrijwaard en de actualiteit wordt al te vaak vanuit één perspectief of partij belicht. De eerste taak van de media, correcte informatie aanbieden, komt hierdoor in het gedrang en de persvrijheid wordt hierbij dikwijls als excuus gebruikt.”. De kwaliteit moet primeren.

In de slottekst heeft het Scholierenparlement een aantal aanbevelingen geformuleerd voor de overheid. Belangrijk hierbij is de unanieme zorg om jongeren te leren kritisch om te gaan met de media. Alle nieuwsconsumenten (individueën en organisaties) hebben het recht op correcte informatie. Dat ontslaat hen niet van de taak om alle berichtgeving met een kritisch oog te bekijken en om op basis van die informatie een eigen mening te vormen.

Hier ligt een belangrijke taak voor het onderwijs. Op school moeten alle jongeren in alle richtingen kritisch leren omgaan met media, luidt één van de aanbeve-

lingen in de slottekst van het Scholierenparlement. En terecht.

Het is belangrijk jongeren een kritische houding aan te leren tegenover de mediastroom die op de jongeren afkomt en hun kritische zin ter zake op regelmatige basis aan te scherpen. Jongeren moeten met de praktijk en de complexiteit van de media vertrouwd gemaakt worden. Ze moeten inzicht krijgen in de achtergronden, bedoelingen en gevolgen van het hele mediagebeuren in de brede betekenis van het woord. Er is een groeiende noodzaak om kinderen en jongeren te leren omgaan met de media, met het televisiegebeuren in het algemeen. Maar ook specifieke deelaspecten dienen hierbij aan bod komen, zoals reclame en geweld.

Reclame

Reclame, sponsoring en merchandising zijn binnen het hele mediagebeuren bijzonder belangrijk. Kinderen begrijpen onvoldoende hoe reclame werkt en zijn weinig kritisch ten aanzien van reclameboodschappen die via de media verspreid worden. Daarenboven zijn ze erg beïnvloedbaar van jongs af aan. Kinderen zijn veel meer dan volwassenen te beïnvloeden door reclame, precies omdat ze nog niet goed doorhebben hoe reclame werkt en wat de bedoeling ervan is. Gezien hun relatief geringe weerbaarheid vallen kinderen immers gemakkelijk ten prooi aan de uitgekende strategieën van reclamemakers en marktanalisten. Reclame die gericht is op kinderen, moet worden bewaakt. Het is dan ook belangrijk kinderen en jongeren weerbaarheid aan te leren ten aanzien van commerciële beïnvloeding.

De duidelijke herkenbaarheid van reclame in de media maakt dat jongeren assertiviteit en weerbaarheid kan worden aangeleerd tegenover die commerciële agressor.

Terecht wordt door specialisten gesteld dat als jongeren de nodige educatieve begeleiding krijgen, hun het onderscheid kan worden bijgebracht tussen bijvoorbeeld een televisieprogramma en de daarin vervlochten reclame. Gezien de onvermijdelijke blootstelling aan reclame is een dergelijke vaardigheidstraining noodzakelijk. Vanaf een bepaalde leeftijd kan assertiviteit en weerbaarheid tegenover de commerciële agressor worden aangeleerd aan kinderen. Als het kind voldoende cognitief rijp is en de nodige educatieve begeleiding krijgt, kan het een onderscheid zien tussen het televisieprogramma en de daarin vervlocht-

ten reclame. Belangrijk hierbij is de jongeren er goed bij te betrekken en rekening te houden met hun specifieke benadering van de realiteit.

Geweld in de media

Bijzondere aandacht moet hierbij worden besteed aan de problematiek van geweld binnen de media. Veel geweld sijpelt immers de gezinnen via de media binnen en wordt vaak als een getolereerde manier van handelen beschouwd. Het is belangrijk nodeloos en overdreven geweld uit de media en andere audiovisuele middelen te weren, zonder afbreuk te doen aan de objectieve en noodzakelijke nieuwsberichtgeving of informatieverstrekking. Uit Amerikaanse onderzoeken is bijvoorbeeld gebleken dat wie op zijn veertiende meer dan één uur per dag televisie kijkt, meer kans maakt om later fysiek geweld (zoals aanvallen, vechtpartijen, verwondingen, diefstal, dreigementen enz.) te gebruiken dan wie minder dan een uur kijkt.

Wie veel naar geweld kijkt, overschat niet alleen de hoeveelheid geweld in de samenleving, maar gaat er ook sneller van uit dat geweld een noodzakelijke oplossing voor problemen is.

Ook hier kan een kritisch leren omgaan met de media belangrijk zijn om jongeren te begeleiden en te leren omgaan met die vormen van geweld.

Al te veel jongeren hebben vandaag geen of weinig interesse in het mediagebeuren. Misschien kan die interesse worden opgewekt door aandacht voor deze problematiek binnen het schoolprogramma. Hier ligt een opdracht voor het onderwijs. Door lessen op school kan het onderwijs ertoe bijdragen jongeren kritischer te leren omgaan met de media.

In het buitenland werden dit soort initiatieven al geruime tijd ontwikkeld, zoals in de Verenigde Staten, Nederland en Frankrijk, waar een lessenpakket ‘une initiation à l’image’ opgenomen is in het lessenpakket, waarbij de klemtoon wordt gelegd op het gebruik van audiovisuele middelen en de media en op een kritische analyse van de informatie en de boodschap van de media. Uit onderzoek naar de resultaten van dergelijke lessen blijkt dat ze zinvol zijn en dat het mogelijk is om jongeren op te voeden om kritisch te leren omgaan met de media. Hierbij is het belangrijk de jongeren op voldoende wijze te betrekken bij deze lessen en hen ook actief te laten deelnemen via concrete taken en opdrachten.

De verantwoordelijkheid van de ouders

Ten slotte moet duidelijk worden beklemtoond dat het absoluut niet de bedoeling is van de indieners de verantwoordelijkheid van de ouders naar het onderwijs door te schuiven.

Het onderwijs kan helpen, maar kan onmogelijk de ouders vervangen. Als ouders hun kinderen niet begeleiden, zijn alle inspanningen op school zinloos. Terecht wordt gesteld dat “de vader of moeder die zijn kind alleen de mediawildernis instuurt, niet kan verwachten dat het daar ongeschonden uitkomt”.

Het is dan ook belangrijk dat er door de overheid sensibiliserende maatregelen worden uitgewerkt om de ouders te overtuigen van hun belangrijke verantwoordelijkheid in deze problematiek.

Ouders moeten hun kinderen op een kritische en doordachte wijze leren omgaan met de media en hierbij eveneens bewuster toezien op het kijkgedrag van hun kinderen.

Wanneer men de verantwoordelijkheid van de ouders inroept, vertrekt men van de ideale situatie waar de ouders hun kinderen van zeer nabij volgen in het omgaan met alle media. Helaas willen of kunnen niet alle ouders die verantwoordelijkheid op zich nemen. Hier ligt een belangrijke opdracht in het kader van de opvoedingsondersteuning.

De huidige situatie betekent dat de zwaksten onder de jongeren in de maatschappij, zij die niet begeleid worden door verantwoordelijke ouders, zij die niet over voldoende kritische zin beschikken, het meest de negatieve invloeden van de media ondergaan en onmogelijk voorbereid worden op een wereld waar media een steeds belangrijkere rol spelen en de sleutel vormen die vele deuren opent op economisch, cultureel en maatschappelijk vlak.

De media bieden ongekennde nieuwe mogelijkheden. De overheid moet ervoor zorgen dat die positieve mogelijkheden ten volle worden benut.

Daarenboven is het belangrijk duidelijk te beklemtonen dat de jongeren hier vragende partij zijn. Dat blijkt bijzonder duidelijk uit de resolutie die unaniem aangenomen werd door het Scholierenparlement na een jaar hard, intensief en doordacht werken rond de problematiek.

Door lessen op school kan het onderwijs ertoe bijdragen jongeren kritisch te leren omgaan met media. Mediaopvoeding blijft van het grootste belang. Hier ligt ook voor het onderwijs een belangrijke opdracht.

Marijke DILLEN

An MICHIELS

Jurgen VERSTREPEN

VOORSTEL VAN RESOLUTIE

Het Vlaams Parlement,

– overwegende dat:

- 1° het noodzakelijk is jongeren kritisch te leren omgaan met media;
- 2° naast de ouders en opvoeders het onderwijs hierin ook een bepaalde verantwoordelijkheid heeft;
- 3° het wenselijk is dat op een gestructureerde en ernstig onderbouwde wijze binnen het lessenspakket aandacht wordt besteed aan dit belangrijke onderwerp;
- 4° uit de slottekst van het Scholierenparlement duidelijk blijkt dat de jongeren hier zelf vragende partij zijn;
- 5° ervaringen in het buitenland duidelijk aantonen dat een dergelijk initiatief nuttig is en positieve resultaten oplevert in het voordeel van de jongeren;

– vraagt de Vlaamse Regering in het totale lessenspakket van het lager en secundair onderwijs aandacht te besteden aan mediaopleiding en dit op een verplichte wijze in te bouwen in alle richtingen van het lager en secundair onderwijs.

Marijke DILLEN

An MICHIELS

Jurgen VERSTREPEN
