

Vragen gesteld door de leden der Kamer, met de daarop door de regering gegeven antwoorden

1980

Vragen van de leden **Van der Staaij** en **Bisschop** (beiden SGP) aan de Staatssecretaris van Volksgezondheid, Welzijn en Sport en de Minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap over *de overseksualisering van kinderen* (ingezonden 6 april 2017).

Antwoord van Staatssecretaris **Dekker** (Onderwijs, Cultuur en Wetenschap), mede namens de Minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap en de Staatssecretaris van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (ontvangen 31 mei 2017). Zie ook Aanhangsel Handelingen, vergaderjaar 2016–2017, nr. 1667

Vraag 1

Bent u bekend met de reactie van het Comité van Ministers van de Raad van Europa op de aanbeveling en de resolutie van de parlementaire vergadering inzake de overseksualisering van kinderen?¹

Antwoord 1

Ja.

Vraag 2

Deelt u de zorgen en het gevoel van urgentie van de Raad van Europa over de gevolgen van seksualisering?

Antwoord 2

Seksualisering is een fenomeen dat zowel positieve (bijvoorbeeld normalisering) als negatieve aspecten (bijvoorbeeld negatieve effecten van sexting) kan hebben. Of seksualisering positief of negatief uitpakt, hangt af van verschillende factoren zoals het zelfbeeld van betrokkene, de culturele context, leeftijd, eventuele groepsdruk en seksuele voorlichting en opvoeding. Daar waar het gaat om de negatieve gevolgen van seksualisering, moeten deze uiteraard worden tegengegaan. Seksuele vorming, goede voorlichting aan jongeren over seksualiteit en aandacht voor gendergelijkheid zijn hierbij van belang en zijn onderdeel van de huidige aanpak (zie verder het antwoord op vraag 3). Op dit moment zijn er geen aanwijzingen dat deze aanpak onvoldoende aansluit bij de Nederlandse situatie. Op basis van het monitoringsonderzoek *Seks onder je 25e*, dat op dit moment wordt uitgevoerd, kan meer

¹ Reply to recommendation 2092 (2016), doc. 14 265, 6 februari 2017.

gezegd worden over de huidige Nederlandse situatie. De resultaten van dit onderzoek komen deze zomer beschikbaar.

Vraag 3

Wat is uw reactie op de opvatting van het Comité dat lidstaten zich verantwoordelijk zouden moeten voelen om seksistische stereotypen te bestrijden? Op welke wijze geeft u hieraan uitwerking, waaronder de oproep in resolutie 2119 (2016) om de media en de reclamesector te stimuleren hun aanpak te wijzigen?

Antwoord 3

Voor media geldt de grondwettelijk gegarandeerde vrijheid van meningsuiting; hier past grote terughoudendheid van de overheid. Zo is in de Mediawet nadrukkelijk vastgelegd dat de omroepinstellingen (publiek én commercieel) zelf de vorm en inhoud van hun media-aanbod bepalen en daar ook zelf verantwoordelijk voor zijn. Dit laat onverlet dat zowel de mediasector als de reclamesector opereren in een maatschappelijke context en zich bewust zijn van veranderde opvattingen in onze samenleving met betrekking tot (seksistische) stereotypen. Zo kent de Nederlandse Reclame Code specifieke bepalingen ter bescherming van kinderen en jeugd: in de Kinder- en Jeugdreclamecode staat dat audiovisuele commerciële communicatie geen lichamelijke of zedelijke schade mag toebrengen aan minderjarigen. Een ander voorbeeld waaruit blijkt dat de audiovisuele sector zijn verantwoordelijkheid heeft genomen is de oprichting van het Nederlands Instituut voor de Classificatie van Audiovisuele Media (NICAM) in 2000, dat vooral bekend is door de Kijkwijzer. Die informeert ouders en opvoeders over de mogelijke schadelijkheid van een bepaald tv-programma, speelfilm, video of computer-game en beschermt op die manier kinderen en minderjarigen tegen schadelijke invloeden of beelden waar zij nog niet aan toe zijn. Ten aanzien van jongeren speelt het onderwijs een rol in het respectvol leren omgaan met elkaar en met gender- en seksuele diversiteit in het bijzonder. Binnen het onderwijs gelden voor het primair en voortgezet onderwijs de zgn. kerndoelonderdelen seksualiteit en seksuele diversiteit. Dit omvat naast seksuele vorming in het algemeen, ook de seksuele weerbaarheid van leerlingen. Het gaat daarbij om het stellen en respecteren van grenzen en het maken van afspraken hierover door de schoolleiding met het personeel en de leerlingen; het creëren van een open leerklimaat op school; het ervoor zorgen dat leerlingen en personeel weten waar ze terecht kunnen bij incidenten en het aanleren van vaardigheden op het gebied van sociale weerbaarheid. Daarnaast voeren scholen in het kader van de Wet veiligheid op school een gericht preventiebeleid. Kinderen (veilig) leren omgaan met de digitale wereld is ook een onderdeel van de herijking van het curriculum op het punt van digitale geletterdheid (mediawijsheid).

Vraag 4

Wat is uw reactie op de aansporing dat overheden effectieve wetgeving moeten ontwikkelen om grenzen te stellen aan seksualisering in media en reclame? Vindt u het in dit licht bijvoorbeeld toereikend dat effectieve sancties na procedures bij de Reclame code commissie ontbreken?

Antwoord 4

Er bestaat reeds geruime tijd wetgeving ter bescherming van minderjarigen tegen schadelijke content: in de Mediawet 2008 zijn bepalingen hieromtrent opgenomen die rechtstreeks voortvloeien uit de Richtlijn voor Audiovisuele Mediadiensten. Al enige tijd vinden in Brussel besprekingen plaats om te komen tot een modernisering van deze Richtlijn, waarbij ook bescherming van minderjarigen aan de orde is.² Zo stelt de Europese Commissie bijvoorbeeld voor dat lidstaten er – door middel van zelf- of co-regulering – voor moeten zorgen dat de aanbieders van videoplatforms passende maatregelen nemen om minderjarigen te beschermen tegen inhoud die hun lichamelijke, geestelijke en morele ontwikkeling kan aantasten. Er is veel discussie over

² <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2016/07/08/voorstel-tot-wijziging-richtlijn-audiovisuele-mediadiensten>

deze Richtlijn, maar het onderdeel van bescherming van minderjarigen wordt door Nederland zeker ondersteund.

De opmerking dat effectieve sancties na procedures bij de Reclame Code Commissie (RCC) zouden ontbreken, deel ik niet. De RCC beoordeelt elke reclame-uiting afzonderlijk op basis van een klacht. Wanneer de RCC oordeelt dat een reclame-uiting in strijd is met de Nederlandse Reclame Code, bijvoorbeeld omdat deze in strijd is met de goede smaak en het fatsoen, dan krijgt de adverteerder een aanbeveling tot wijziging of intrekking van die reclame-uiting. 97% van de adverteerders volgt deze aanbeveling op. Adverteerders die zich niets aantrekken van zo'n aanbeveling worden op de non-compliant lijst geplaatst. Voor radio en tv-commercials geldt dat deze op basis van de Mediawet niet meer mogen worden uitgezonden als ze door de RCC in strijd met de Nederlandse Reclame Code zijn bevonden.

Vraag 5

Bent u bereid met de media en de reclamesector in gesprek te gaan over effectievere methoden om de seksualisering te voorkomen?

Antwoord 5

Uit het voorafgaande blijkt dat gewerkt wordt aan modernisering van bestaande wet- en regelgeving ter bescherming van minderjarigen. In de contacten met de Reclame Code Commissie (RCC) en het Nederlands Instituut voor de Classificatie van Audiovisuele Media (NICAM) zal het Ministerie van OCW dit ter sprake brengen.