Commissariaat voor de Media publiceert speerpunten 2018

12-02-2018 08:47



In 2018 legt het Commissariaat voor de Media de focus van het toezicht op het online domein en de onafhankelijkheid van het media-aanbod. Dit staat in de Toezichtbrief die het Commissariaat voor de Media ieder jaar stuurt aan het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap.

De ontwikkelingen binnen de mediasector volgen elkaar snel op. Het speelveld is internationaal en dynamisch, en concurrentieverhoudingen wisselen voortdurend. Burgers kunnen kiezen uit een snel toenemende hoeveelheid aan vooral steeds meer online en on demand aanbod. Het is van groot belang dat te midden van alle ontwikkelingen in het online domein de - techniekneutrale - kernwaarden van onafhankelijkheid en (daadwerkelijke) toegankelijkheid en pluriformiteit van het online media-aanbod gewaarborgd blijven. In 2017 was het nieuwe kijken al een van de twee toezichtthema's. In 2018 ligt de focus opnieuw op het online domein. Door doorgaande focus op het online domein wordt het mogelijk dat het toezicht op het online domein steeds meer integraal onderdeel wordt van het reguliere toezicht.

In de toezichtbrief worden de volgende speerpunten benoemd:

- *Het Commissariaat zal zich in 2018 door middel van signalering, onderzoek en voorlichting richten op het bewustzijn over pluriformiteit onafhankelijkheid van het online media-aanbod. Vanuit deze kernwaarden zal het zich richten op fenomenen zoals filter bubbels en fake news. Met de ACM doet het Commissariaat onderzoek naar informatie die zonder redactionele filters bij de mediaconsument komt.*
- *Ook met andere toezichthouders zal het Commissariaat samenwerken in het online domein, zoals met*

de Autoriteit Persoonsgegevens en met het Openbaar Ministerie. Daar waar het Commissariaat vermoedelijk haatzaaiende content aantreft, zal het het Openbaar Ministerie daarover informeren.

- *Ter bescherming van minderjarigen tegen commerciële beïnvloeding in het online domein is transparantie over reclame van groot belang. Vooruitlopend op de noodzakelijke bevoegdheden in het online domein hebben wij in 2017 ingezet op zelfregulering. Het online domein is te groot om dat in één keer voor alle platforms te realiseren. Daarom zijn we in 2017 in eerste instantie in gesprek gegaan met Youtubers. Wij hebben hen ondersteund bij het opstellen van hun eigen code waarin zij hebben neergelegd op welke manier zij transparant zijn over reclame en sponsoring in hun video's. Bij dit proces waren ook andere partijen betrokken zoals de Reclame Code Commissie, Multi Channel Networks (MCN's) en belangenverenigingen. Het Commissariaat is blij dat met deze code een eerste waardevolle stap naar meet transparantie is gezet. In 2018 zullen wij de werking van de code in de praktijk monitoren. We zullen samen met de MCN's, agencies en andere betrokken partijen zeifregulering ook stimuleren op andere platforms, zoals Instagram.*
- *Het Commissariaat verricht jaarlijks onderzoek naar ontwikkelingen in de Nederlandse mediasector en rapporteert daarover in de Mediamonitor. De Mediamonitor geeft inzicht in de gevolgen van die ontwikkelingen voor de onafhankelijkheid en pluriformiteit van de media en voor de toegankelijkheid van de media voor het publiek. Het Commissariaat zal in 2018 voor het eerst deelnemen aan het internationale onderzoek van het Reuters lnstitute. Dit instituut brengt ieder jaar het Reuters Digital News Report uit. Hierin wordt gerapporteerd over de digitale nieuwsconsumptie, gebaseerd op grootschalig onderzoek onder onlinenieuwsconsumenten in 36 landen. Door te gaan samenwerken met Reuters krijgt het Commissariaat de exclusieve toegang tot de Nederlandse data over het digitale nieuwsgebruik. Doel is om in 2018, gelijktijdig met het internationale rapport, voor het eerst een uitgebreid rapport over de stand van de digitale nieuwsmedia in Nederland uit te brengen. Om deze reden zal de Mediamonitor in 2018 in de maand juni verschijnen.*
- *In een medialandschap waarin een paar grote internationale spelers de reclamemarkt domineren, zal het Commissariaat waar daar behoefte aan is actief meedenken over de ruimte die de Mediawet biedt voor eventuele initiatieven van Nederlandse publieke en commerciële aanbieders om de krachten te bundelen. Daar waar dat voor de hand ligt zal het Commissariaat bovendien de ACM en de Autoriteit Persoonsgegevens hier in betrekken.*
- *Ook in 2018 ziet het Commissariaat toe op media-aanbod dat mogelijk ernstige schade kan toebrengen aan jongeren onder de zestien jaar. Daarbij zal het Commissariaat door middel van gerichte voorlichting ook inzetten op bewustwording van ouders en kinderen over online veiligheid. In geval van ernstig schadelijke content die onvoldoende is afgeschermd, zal het Commissariaat vanzelfsprekend handhavend blijven optreden. Als metatoezichthouder op NICAM zal het Commissariaat ook de toepassing van de Kijkwijzer in het online domein bewaken. Ook in Europees verband, binnen ERGA, zullen wij ons hard blijven maken voor de bescherming van minderjarigen. Met de verschuiving van lineair naar online mediagebruik is het toezichtveld van het Commissariaat aanmerkelijk groter geworden. Het Commissariaat zet daarom ook in 2018 in op innovatie op het gebied van monitoring van het media-aanbod. Waar nodig zal het Commissariaat waar hij een wettelijk mandaat heeft, handhavend optreden tegen sluikreclame en productplaatsing in media-aanbod van commerciële aanbieders, waaronder commerciële mediadiensten op aanvraag.*

Onafhankelijkheid media-aanbod

Daarnaast besteedt het Commissariaat voor de Media in 2018 bijzondere aandacht aan de onafhankelijkheid van media-aanbod. Het is van groot belang dat media onafhankelijk van commerciële en politieke beïnvloeding hun taak kunnen uitoefenen, en zo hun bijdrage kunnen leveren aan de informatievrijheid en aan het democratisch proces. Het Commissariaat voor de Media gaat met inzet van verschillende instrumenten de onafhankelijkheid van het media-aanbod bewaken.