

Het commissariaat voor de media

Wat doet het commissariaat voor de media?

Het Commissariaat voor de Media ziet er namens de overheid op toe dat de Nederlandse omroepen zich houden aan de Mediawet. Hoe doet zij dat?

Als er iets niet beboet wordt, weet je nog niet 100% zeker of het wel mocht. Het kan ook zijn, dat het commissariaat niet heeft opgelet.

In de Grondwet staat, dat de Overheid zich niet mag bemoeien met de inhoud van wat de omroepen uitzenden op radio en televisie. Van censuur is geen sprake in ons land en programma's mogen dan ook niet vooraf beoordeeld worden. Omroepen zijn zelf verantwoordelijk voor vorm en inhoud. Wel kunnen ze na hun uitzending gecontroleerd worden. Bijvoorbeeld op naleving van de reclame- en sponsorregels. En dat doet het Commissariaat voor de Media in Hilversum. Juriste Madeleine de Cock-Punning is daar commissaris.

Het commissariaat is toezichthouder, we verlenen vergunningen aan commerciële omroepen en vervolgens houden we toezicht op zowel commerciële als publieke omroepen, en wat is dat nou eigenlijk, dat toezicht houden? Dat is kijken of ze zich aan de Mediawet houden die omroepen en die audiovisuele media-instellingen.

We hebben natuurlijk de audiovisuele mediarijchlijnen van hogerhand vanuit Europa hebben we die opgelegd gekregen en de vraag is of Youtube moet aangemerkt worden als een audiovisuele mediadienst.

In een wet is het natuurlijk zo, dat je wel eens wat ruimer naar situaties kijkt, want je kunt niet alles in de wet neerleggen en wij leggen dat dan weer in onze eigen beleidsregels, onze eigen wetten, nader uit, zodat omroepen weten waar ze aan toe zijn.

Het commissariaat is een toezichthouder, een "zelfstandig bestuursorgaan" zoals dat heet, waarbij we op enige afstand van de Overheid staan en dat doen we, omdat de Overheid het belangrijk vindt dat er geen inmenging is in de inhoud van programma's vanuit de Overheid zelf. En die heeft ons als commissariaat ertussen gezet om op afstand toezicht te houden op omroepen, zodat die omroepen in staat worden gesteld om onafhankelijke berichtgevingen de wereld in te slingeren.

Nou, we komen nu bij de Afdeling Toezicht, dit is zo'n voorbeeld van iemand van de Afdeling Programmatoezicht: Jet. Het is altijd puinhoop. En Jet, die kijkt heel goed naar wat er op televisie is. Jet kijkt ook naar de onderliggende contractuele constructies, of daar onrechtmatigheden in zitten.

Er kwam heel vaak het logo in beeld van KPN en het werd ook vaak aangehaald, vaak genoemd, en dat werd eigenlijk als een soort commercial gezien. Daarnaast zat nog, dat is een beetje een ingewikkelde term, dat noemen we "aanhakende reclame", zat er nog een commercial achter die ook weer sloeg op wat er in het programma was, dus met één pakket heb je dan, ja, één grote reclame voor KPN en dat is niet wat kan of mag van publiek geld. Dat moet naar de commerciëlen.

Nou, ik heb net een fragment gevonden waarin, ja, er toch wel erg veel aandacht is voor een bepaald biermerk. Het programma Tuinruimers van de SBS.

Ja, daar zie je dus het merk vrij nadrukkelijk in beeld. Een biertje nog even gefilmd. En dan beginnen wij een beetje een onprettig gevoel te krijgen als dat gebeurt, dan is er toch wel heel veel nadruk op dat merk. En dan kan er sprake zijn van sluikreclame hè, dat is als bij een commerciële omroep is dat als er sprake is van een oogmerk om reclame te maken. En om daarachter te komen willen we even weten of dit biermerk ook in de contracten staat en of ze daar afspraken mee hebben gemaakt. En als dat zo is, dan spreken we ze daarop aan.