

Horen, zien en verkrijgen?

273

Onderzoek en beleid

Horen, zien en verkrijgen?

Een onderzoek naar het functioneren van Kijkwijzer en PEGI (Pan European Game Information) ter bescherming van jongeren tegen schadelijke mediabeelden

J.F. Gosselt

J.J. van Hoof

M.D.T. de Jong

B. Dorbeck-Jung

M.F. Steehouder



Universiteit Twente
de ondernemende universiteit

Bju

Boom Juridische uitgevers

Justitie



**Wetenschappelijk Onderzoek-
en Documentatiecentrum**

Onderzoek en beleid

De reeks Onderzoek en beleid omvat de rapporten van onderzoek dat door en in opdracht van het WODC is verricht.

Opname in de reeks betekent niet dat de inhoud van de rapporten het standpunt van de Minister van Justitie weergeeft.

Exemplaren van dit rapport kunnen worden besteld bij het distributiecentrum van Boom Juridische uitgevers:

Boom distributiecentrum te Meppel

Tel. 0522-23 75 55

Fax 0522-25 38 64

E-mail budh@boomdistributiecentrum.nl

Voor ambtenaren van het Ministerie van Justitie is een beperkt aantal gratis exemplaren beschikbaar.

Deze kunnen worden besteld bij:

Bibliotheek WODC

Postbus 20301, 2500 EH Den Haag

Deze gratis levering geldt echter slechts zolang de voorraad strekt.

De integrale tekst van de WODC-rapporten is gratis te downloaden van www.wodc.nl.

Op www.wodc.nl is ook nadere informatie te vinden over andere WODC-publicaties.

© 2008 WODC

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet van 1912 gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van reprografische verveelvoudigingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16h Auteurswet 1912 dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht (Postbus 3051, 2130 KB Hoofddorp, www.reprorecht.nl). Voor het overnemen van (een) gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (art. 16 Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot de Stichting PRO (Stichting Publicatie- en Reproductierechten Organisatie, Postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.cedar.nl/pro).

No part of this book may be reproduced in any form, by print, photoprint, microfilm or any other means without written permission from the publisher.

ISBN 978 90 8974 039 7

NUR 741

Voorwoord

De Nederlandse overheid wil kinderen en jongeren beschermen tegen beeldmateriaal dat voor hen schadelijk of ongeschikt is. Ook in internationaal verband, zoals in de VN-Conventionie over de Rechten van het Kind en in de EU-richtlijn Audiovisuele Mediadiensten, worden nationale overheden aangesproken om de jeugd te behoeden voor de confrontatie met schadelijke audiovisuele beelden. In ons land zijn de Mediawet en het Wetboek van Strafrecht het wettelijk kader waarin het aanbieden van audiovisueel materiaal dient plaats te vinden.

Ons land kent twee systemen ter bescherming van jonge mediaconsumenten: de *Kijkwijzer* voor films, dvd's en televisieprogramma's en de *Pan European Game Information (PEGI)* voor computergames. Beide systemen zijn vormen van regulering door de eigen branche, waarbij producenten, distributeurs en omroepen hun producten zelf voorzien van een leeftijds-aanduiding en de reden(en) hiervoor. Dit geschiedt door middel van pictogrammen die bij vele lezers bekend zullen zijn.

Het rapport dat voor u ligt is het eindproduct van onderzoek dat is verricht door de Faculteit Gedragwetenschappen van de Universiteit Twente, in opdracht van het WODC. Voor het eerst werd in de dagelijkse praktijk onderzocht in welke mate de audiovisuele branche zich houdt aan de leeftijds-aanduidingen van *Kijkwijzer* en *PEGI*. Het onderzoek combineert verschillende designs van evaluatieonderzoek met diverse wijzen van gegevensverzameling. De 'naleving' door de branche werd onderzocht door 'mystery guest'-bezoeken van jongeren en telefonische vragen om advies van onderzoekers in de rol van 'bezorgde ouders'.

Een van de opvallende bevindingen is de discrepantie tussen de rapportage van verkopers (wat men zegt te doen) en hoe men in de praktijk (daadwerkelijk) handelt. Zo blijken jongeren nauwelijks problemen te ondervinden bij het kopen van een dvd, game of bioscoopkaartje waarvoor ze te jong zijn, terwijl de branche zelf de leeftijdsgrenzen instelde ter bescherming van de jongeren.

Voor de bescherming van jongeren tegen schadelijke media-inhoud valt er nog flink wat te winnen met een actievere rol van de branches bij de naleving van beide systemen.

Prof. dr. Frans Leeuw
Directeur WODC

Voorwoord van de auteurs

Kijkwijzer en *PEGI* zijn systemen voor de classificatie van audiovisuele producten op basis van zelfregulering (en meer specifiek co-regulering in het geval van *Kijkwijzer*) door de branche. De systemen houden in dat producenten, distributeurs en omroepen hun producten zelf voorzien van een pictogram met een leeftijdsclassificatie en eventuele inhoudelijke waarschuwingspictogrammen. *Kijkwijzer* bestaat sinds 2001 en is een Nederlands systeem, dat inmiddels navolging heeft gevonden in diverse Europese landen. *PEGI* bestaat sinds 2003 en is een Europees systeem dat specifiek gericht is op computergames.

In Nederland is het Nederlands Instituut voor de Classificatie van Audiovisuele Media (NICAM) verantwoordelijk voor de *Kijkwijzer*. Volgens het reglement van het NICAM vallen onder *Kijkwijzer* alle 'audiovisuele producten': al of niet op beelddrager vastgelegde filmwerken, programmaonderdelen of daarvan afgeleide producten ('trailers', aankondigingen en dergelijke). *PEGI* is eigendom van de Interactive Software Federation of Europe (ISFE). Het bestuur van de ISFE bestaat uit vertegenwoordigers van de softwarebranche. Het NICAM is, in opdracht van de ISFE, als 'administrator' medeverantwoordelijk voor het functioneren van *PEGI*. Die verantwoordelijkheid omvat onder meer de implementatie van *PEGI* in Europa en de controle op *PEGI*-classificaties die de gamebranche aan producten toekent.

Vanuit de Nederlandse overheid is de vraag ontstaan in welke mate de branche de leeftijdsgrenzen van *Kijkwijzer* en *PEGI* naleeft. Tevens wil zij, met het oog op de bescherming van jongeren tegen schadelijk beeldmateriaal, inzicht krijgen in de redenen voor eventueel aangetroffen niet-naleving door de branche en mogelijke andere zwakke plekken in beide systemen van respectievelijk co- en zelfregulering.

In verschillende deelstudies heeft de Universiteit Twente het functioneren van de systemen *Kijkwijzer* en *PEGI* geëvalueerd. In dit rapport worden de resultaten van dit onderzoek gepresenteerd.

Onze dank gaat uit naar Mirna van der Veen voor haar bijdragen aan de hoofdstukken 1 tot en met 4 en naar Niels Baas en Tamara van der Mijl voor hun bijdragen aan de hoofdstukken 5 tot en met 9. Wout Kolkman en John Anemaet danken wij voor de technische ondersteuning bij het in hoofdstuk 6 gerapporteerde deelonderzoek. Ook bedanken wij drs. Joost Verhoeven voor zijn adviezen voor en medewerking aan de in hoofdstuk 9 gerapporteerde deelstudie.

Tot slot zijn wij de begeleidingscommissie, onder voorzitterschap van prof. dr. Jos de Haan (Erasmus Universiteit Rotterdam en Sociaal Cultureel Planbureau) en verder bestaande uit dr. Frans Beijgaard (WODC), drs. Ivoline van Erpecum (Ministerie van Justitie), dr. Adriaan Hoogenboom (Vrije Universiteit), dr. Elly Konijn (Vrije Universiteit), dr. Mirjan Oude Vrielink (Universiteit van Tilburg) en dr. Ron Visser (Universiteit Leiden), zeer erkentelijk voor de kritische en constructieve feedback die

wij tijdens de diverse deelstudies en de totstandkoming van dit rapport mochten ontvangen.

Dit rapport is voorafgaand aan de publicatie voorgelegd aan het NICAM, het Commissariaat voor de Media en de ministeries van Onderwijs, Cultuur & Wetenschap, Jeugd & Gezin en Economische Zaken. Wij danken deze partijen voor hun gedetailleerde feedback.

Enschede, augustus 2008

Jordy Gosselt
Joris van Hoof
Menno de Jong
Bärbel Dorbeck-Jung
Michaël Steehouder

Inhoud

Samenvatting	13
Deel 1: Inleiding en theorie	23
1 Inleiding	25
1.1 Jongeren en mediaproducten	25
1.2 NICAM en ISFE	26
1.2.1 Totstandkoming en inrichting van Kijkwijzer	27
1.2.2 Totstandkoming en inrichting van PEGI	32
1.3 Vooruitblik rapport	33
2 Onderzoeksontwerp	35
2.1 Onderzoeksvragen	35
3 Voorwaarden voor effectieve zelfregulering	41
3.1 Het verschijnsel zelfregulering	41
3.2 Voor- en nadelen van zelfregulering	44
3.3 Voorwaarden voor effectieve zelfregulering	46
3.3.1 Voorwaarden voor effectieve naleving op de verkooppunten	46
3.3.2 Voorwaarden voor effectieve handhaving	48
3.3.3 Reikwijdte	49
3.3.4 Dekking	50
Deel 2: Resultaten deelstudies	51
4 Kijkwijzer en PEGI	53
4.1 Beschrijving en analyse van Kijkwijzer	53
4.1.1 Doelen, doelgroepen en normadressaten, rol van de branches	53
4.1.2 Reikwijdte en dekking van Kijkwijzer	56
4.1.3 Inrichting van de zelfreguleringsketen Kijkwijzer	59
4.2 Beschrijving en analyse van PEGI	72
4.2.1 Doelen, doelgroepen en normadressaten	72
4.2.2 Reikwijdte en dekking PEGI	73
4.2.3 Inrichting van de zelfreguleringsketen PEGI	74
4.3 Analyse en conclusies	78
5 Naleving van de leeftijdsgrenzen door de detailhandel	81
5.1 Ethische overwegingen	81
5.2 Methode	84
5.2.1 Steekproef van verkooppunten	84
5.2.2 Selectie en begeleiding van mysteryshoppers	86
5.2.3 Procedure	87
5.2.4 Kenmerken van de gekochte audiovisuele producten	89
5.3 Resultaten	90
5.3.1 Overall naleving van Kijkwijzer en PEGI	90
5.3.2 Verschillen tussen de drie onderzoeksscripts	91
5.3.3 Verschillen tussen mannelijke en vrouwelijke mysteryshoppers	92

5.3.4	Interventies	92
5.3.5	Invloed van andere variabelen	93
5.3.6	Bijzonderheden tijdens de bezoeken	93
5.4	Conclusies	94
6	Naleving van de leeftijdsgrenzen televisie	97
6.1	Inhoudsanalyse dekking Kijkwijzer	97
6.1.1	Codeerschema	98
6.1.2	Beschrijving corpus	99
6.1.3	Overall resultaten	101
6.1.4	Kenmerken vertoning Kijkwijzer	102
6.1.5	Resultaten per programmatype	104
6.1.6	Resultaten naar uitzendtijdstip	105
6.2	Coderingsronde: inhoud van niet-geclassificeerde programma's	107
6.2.1	Procedure	107
6.2.2	Resultaten	108
6.3	Conclusies	110
7	Adviesfunctie verkopers	113
7.1	Methode	113
7.1.1	Steekproef	114
7.1.2	Procedure	114
7.2	Resultaten	116
7.2.1	Overall resultaten	116
7.2.2	Verschillen tussen scripts, geslacht verkoper en geslacht kind	117
7.3	Conclusies	119
8	Kennis van en draagvlak voor de systemen en redenen voor(niet-)naleving	121
8.1	Methode	121
8.1.1	Vragenlijst	121
8.1.2	Steekproef	124
8.2	Resultaten	125
8.2.1	Kennis van Kijkwijzer en PEGI	125
8.2.2	Draagvlak en redenen voor (niet-)naleving	129
8.3	Conclusies	137
9	Ongewenste neveneffecten van de pictogrammen	141
9.1	Methode	141
9.1.1	Experimenteel design	142
9.1.2	Experimenteel materiaal: de dvd's en games	143
9.1.3	Onderzoeksinstrument	145
9.1.4	Procedure	146
9.1.5	Proefpersonen	146
9.2	Resultaten	147
9.3	Conclusies	148

Deel 3: Conclusies	151
10 Conclusies	153
10.1 Analyse van het systeem van zelfregulering	153
10.2 Naleving van leeftijdsgrenzen	155
10.3 Kennis over en draagvlak voor de systemen en redenen voor (niet-)naleving	159
10.4 Ongewenste neveneffecten van de pictogrammen	160
10.5 Functioneren van Kijkwijzer en PEGI	161
10.5.1 Voordelen zelfregulering	161
10.5.2 Nadelen zelfregulering	166
10.6 Eindconclusie	168
Summary	175
Literatuur	183
Bijlage 1 Schematische weergave van het beleidsveld rondom Kijkwijzer	187
Bijlage 2 Relevante internationale wetgeving	190
Bijlage 3 Relevante nationale wetgeving	192
Bijlage 4 Schematische weergave van het beleidsveld rondom PEGI	194
Bijlage 5 Sanctierichtlijn	197
Bijlage 6 Interviewschema	200
Bijlage 7 Bezoekschema mysterybezoeken	206
Bijlage 8 Aangekochte media mysteryshopping	208
Bijlage 9 Coderingsronde	211
Bijlage 10 Belschema mysterycalls	213
Bijlage 11 Antwoordschema's mysterycalls	214
Bijlage 12 Constructen vragenlijst	217
Bijlage 13 Antwoordschalen experiment	223

Samenvatting

Om ouders te informeren over en jongeren te beschermen tegen (te vroege) blootstelling aan gewelddadige of anderszins schadelijke media-inhoud, is in Nederland na de afschaffing van de Filmkeuring een nieuw stelsel voor de bescherming van jongeren tegen schadelijke audiovisuele producten ingericht. Dit stelsel omvat als belangrijkste kern de oprichting in 1999 van het Nederlands Instituut voor de Classificatie van Audiovisuele Media (kortweg NICAM), dat een systeem heeft ontwikkeld waarmee leeftijds- en inhoudelijke classificaties worden toegekend aan televisie-uitzendingen en films. Deze pictogrammen worden geplaatst op verpakkingen, posters en andere reclame-uitingen en worden weergegeven bij de aanvang van een filmvertoning of televisie-uitzending. Kijkwijzer deed officieel zijn intrede in 2001 na de intrekking van de Wet op de Filmvertoningen. Twee jaar later introduceerde de ISFE (Interactive Software Federation of Europe) PEGI, een vergelijkbaar systeem als Kijkwijzer, maar dan specifiek gericht op games. Volgens het NICAM is Kijkwijzer primair bedoeld om ouders en opvoeders voor te lichten tot welke leeftijd een product of uitzending schadelijk kan zijn voor kinderen. Daarnaast helpt het de branche om zich te houden aan de bepalingen van de Mediawet en artikel 240a van het Wetboek van Strafrecht, die beogen minderjarigen onder de leeftijd van 16 jaar te beschermen tegen de confrontatie met schadelijk geacht beeldmateriaal. Waar bij Kijkwijzer expliciet sprake is van *schadelijkheid tot* een bepaalde leeftijd (6, 12, 16), vormt PEGI een aanduiding voor de *geschiktheid* van een game *boven* de genoemde leeftijd (3+, 7+, 12+, 16+ en 18+). Het criterium 'geschiktheid' van PEGI hangt net als bij de Kijkwijzer samen met de specifieke inhoud van de game, die bijvoorbeeld gewelddadig, discriminerend of angstaanjagend kan zijn. De classificatie zegt niets over de moeilijkheidsgraad van een game (www.pegi.info).

Het betreft hier zelfregulering door de branche (PEGI) en co-regulering (Kijkwijzer; dit vanwege de betrokkenheid van de overheid). De branche bestaat in dit geval uit televisieomroepen, bioscopen, videotheken, bibliotheken, warenhuizen, speelgoedwinkels, cd/dvd-winkels en game-shops. In dit rapport staan de effectiviteit en het functioneren van beide systemen van co- en zelfregulering centraal, met een focus op de mate van naleving van de leeftijdsclassificaties van Kijkwijzer en PEGI binnen de verschillende sectoren in de branche. Bij het toetsen van de naleving heeft het beschermen van jongeren tegen schadelijke media-inhoud als uitgangspunt gediend in dit onderzoek en niet zozeer de huidige reglementen zoals die door de verschillende betrokken partijen worden gehanteerd. Op basis van literatuuronderzoek en documentanalyse zijn parameters voor effectiviteit opgesteld, die vervolgens empirisch zijn onderzocht. Deze onderzochte parameters zijn:

- de reikwijdte van de systemen;
- de dekking van de systemen;
- het handhavingssysteem (klachtenafhandeling en sanctionering);

- de naleving van de leeftijdsclassificaties van beide systemen door de branche;
- de naleving door de televisieomroepen;
- de uitvoering van de adviesfunctie door de branche;
- de kennis van en het draagvlak voor de systemen binnen de branche;
- redenen om de systemen wel of niet na te leven;
- mogelijk ongewenste neveneffecten van de pictogrammen van Kijkwijzer en PEGI.

Reikwijdte Kijkwijzer en PEGI

Met de reikwijdte wordt het aantal aangesloten producenten, distributeurs en omroepen (publiek en commercieel) bedoeld. Uit documentanalyse en interviews met branchevertegenwoordigers blijkt dat onder producenten en distributeurs met betrekking tot Kijkwijzer een (zelfgerapporteerde) reikwijdte van 95% wordt gerealiseerd. Onder televisieomroepen (publiek en commercieel) en bioscopen (inclusief vrijwel alle filmhuizen) is de reikwijdte, naar eigen zeggen, 100%. Zij worden gevolgd door platenzaken en muziekhandelaars (90%) en videotheken (80%). Met de Nederlandse aanbieders van mobiele telefonie zijn afspraken gemaakt. Onderdeel daarvan is de oprichting van een eigen systeem dat zich voornamelijk richt op erotische inhoud.

Door de aansluiting van de grote gameconsoles Microsoft (X-box), Nintendo (Nintendo's en Wii) en Sony (Playstations) is de reikwijdte van PEGI aanzienlijk vergroot. Deze gameconsoles zijn namelijk verantwoordelijk voor ruim 95% van de commerciële verkoop van games. Zij verplichten de uitgevers die spellen voor hen produceren zich bij PEGI aan te sluiten, anders wordt geen licentie afgegeven. Een gat in de aansluiting betreft momenteel het internet. Met het initiatief PEGI-online wil de ISFE echter aan dat laatste ook gaan werken. Bij Kijkwijzer waren volgens het NICAM in 2006 in totaal 2.281 organisaties aangesloten. Voor PEGI lag het aantal aangesloten organisaties in 2006 op 220.

Dekking

Bij dekking gaat het over het aantal aangebrachte classificaties op audiovisuele producten. De bij het NICAM aangesloten producenten en distributeurs zijn verantwoordelijk voor naar schatting 97% van alle audiovisuele producties in Nederland, aldus vertegenwoordigers van het NICAM. In 2006 werden 2.317 audiovisuele producten voorzien van een Kijkwijzerclassificatie.

Het NICAM beheert ook het archief met alle met PEGI geclassificeerde games voor de winkelverkoop. In 2006 telde het archief ruim 5.000 geclassificeerde games.

Handhavingssysteem: klachtenafhandeling en sanctionering

Uit documentanalyse blijkt dat de klachtenprocedure toegankelijk is: het vergt slechts een kleine inspanning van de klager. Daarnaast wordt de klachtenprocedure op begrijpelijke wijze openbaar gemaakt. De duur van de klachtenbehandeling is doorgaans een week, maar wanneer een klachtenprocedure in gang gezet wordt, is dit twee maanden. De mogelijkheid tot een spoedprocedure bestaat eveneens. De leden van de klachten- en beroepscommissies functioneren onafhankelijk. Zittingen mogen doorgaans vrijelijk bijgewoond worden en uitspraken worden verspreid binnen het Algemeen Bestuur, aan de klager en de beklagde en later geanonimiseerd gepubliceerd op zowel de website als in de jaarverslagen. Een groot nadeel van de huidige klachtensystemen is dat incidenten met betrekking tot de verkoop van audiovisueel materiaal aan minderjarigen niet vatbaar zijn voor een klacht (en dus niet in behandeling worden genomen). In deze gevallen is het alleen mogelijk aangifte te doen op basis van artikel 240a van het Wetboek van Strafrecht. Beide systemen bieden dus zelf geen basis. Verder worden anonieme klachten niet in behandeling genomen en is het onbekend in welke mate de klachtenprocedure bekend is bij het publiek.

Wanneer een ingediende klacht over Kijkwijzer (deels) gegrond wordt verklaard, kan de Klachtencommissie overgaan tot het opleggen van één of meerdere sancties. Voor de hoogte en bepaling van deze sanctie(s) maakt men gebruik van dezelfde richtlijn als het Commissariaat voor de Media.

Wanneer de Klachtencommissie van PEGI op basis van een klacht bepaalt dat een game een hogere leeftijdsclassificatie vereist dan eerder is verleend, wordt de game onmiddellijk uit de verkoop gehaald totdat de gameverpakking met de correcte leeftijdsclassificatie kan worden herdrukt. Dit betekent aanzienlijke kosten voor een uitgever en zorgt ervoor dat de uitgevers voorzichtigheid zullen betrachten bij het classificeren van een game. Ook dient al het promotiemateriaal te worden aangepast.

Naleving van de leeftijdsclassificaties door de branche

In een van de deelstudies is onderzocht wat de naleving is van de leeftijdsclassificaties van Kijkwijzer en PEGI, zodat geen audiovisuele producten (dvd, game of bioscoopkaartje) verkocht/verhuurd of vertoond worden

aan jongeren die volgens de leeftijdsclassificatie daar nog te jong voor zijn. Daartoe hebben 11-jarige en 15-jarige mysteryshoppers in totaal 528 aankoop pogingen gedaan om audiovisuele producten te kopen met de leeftijdsclassificaties *12 jaar* en *16 jaar* (waarbij de 11-jarigen producten probeerden te kopen of te huren met de leeftijdsclassificatie *12 jaar* en *16 jaar* en 15-jarigen producten probeerden te kopen of te huren met de leeftijdsclassificatie *16 jaar*). De deelnemende jongeren waren geselecteerd door eigen docenten en een leeftijdverificatietest met 80 respondenten bevestigde de leeftijd van de mysteryshoppers. Er zijn verschillende aanbieders van audiovisuele media bezocht, namelijk warenhuizen, speelgoedwinkels, cd/dvd-winkels, gameshops, videotheken, bibliotheken en bioscopen.

Uit het onderzoek blijkt dat jongeren doorgaans weinig moeilijkheden ondervonden bij het aanschaffen van een dvd, game of bioscoopkaartje voor een film waarvoor ze te jong zijn. De correcte naleving was in totaal 14%. In 86% van alle koop- en huurpogingen kregen jongeren het product gewoon mee. Vooral wanneer de afstand tussen de leeftijdsclassificatie van het product en de leeftijd van de jongere klein was, konden de jongeren zonder veel problemen de te hoog geclassificeerde audiovisuele producten aanschaffen. Bij 11-jarigen die een *12 jaar*-product probeerden te kopen was de totale naleving 7% en bij 15-jarigen die een *16 jaar*-product probeerden te kopen was de naleving 4%. Wanneer de 11-jarigen een *16 jaar*-product probeerden te kopen was de naleving beter, namelijk 31%. Het totale nalevingspercentage bleek het hoogst te zijn bij de bioscopen (28%), gevolgd door cd/dvd-winkels en videotheken waar een huurpoging werd gedaan (beide 19%), videotheken waar een aankoop poging werd gedaan (17%), gameshops (10%), speelgoedwinkels en bibliotheken (beide 8%) en tot slot warenhuizen (3%). Vaak konden de jongeren de dvd of game meekrijgen zonder een enkele vorm van interventie (vragen naar leeftijd van de jongere of om identificatie van de jongere door de verkoper). Vond er wel een interventie plaats (dit gebeurde in 11% van de gevallen), dan was naleving van de leeftijdsgrenzen van Kijkwijzer en PEGI nog steeds niet vanzelfsprekend. Het vragen naar alleen de leeftijd van de jongere leidde in elf van de 45 gevallen alsnog tot verkoop, hoewel de jongere zijn of haar werkelijke leeftijd noemde. Het vragen om alleen identificatie leidde in zes van de negen gevallen tot verkoop. Tijdens alle bezoeken werd slechts drie keer gevraagd naar zowel leeftijd als identificatie. Wanneer dit gebeurde, werd de dvd of game niet verkocht aan de jongere. In de gevallen dat er geen interventie plaatsvond (471 keer) leidde dit in een grote meerderheid van de gevallen (93%) tot een succesvolle aankoop poging. Bij de overige 7% werd de verkoop geweigerd op basis van de eigen inschatting van de leeftijd van de jongere door de verkoper.

Naleving door de televisieomroepen

Om de naleving van de leeftijdsclassificaties bij televisieomroepen te onderzoeken, is in een andere deelstudie gebruikgemaakt van inhoudsanalyse. Alle uitgezonden televisieprogramma's (en programmaonderdelen) gedurende een volledige week (18 uur per dag, de twaalf grote zenders: Nederland 1, 2, 3, RTL 4, 5, 7, 8, SBS6, NET5, Veronica, MTV en TMF) zijn in het onderzoek betrokken. Ook voor de televisie geldt dat naleving van de regels een essentiële voorwaarde is voor het goed functioneren van een co-reguleringsstelsel. Deze naleving heeft, volgens het Deelreglement Televisie van Kijkwijzer, betrekking op *dekking* (in hoeverre wordt aan programma's een Kijkwijzerclassificatie toegewezen), *uitzendtijdstippen* (programma's voor bepaalde leeftijden mogen niet te vroeg worden uitgezonden) en *kenmerken van de pictogrammen* (grootte en duur van vertoning).

In totaal werd in de betreffende week 985 keer Kijkwijzer getoond; dat is 21% van het totale aantal uitgezonden programma's of programmaonderdelen (4.641). Wat betreft uitzendtijdstippen blijkt uit het onderzoek dat, in tegenspraak met de reglementen, gedurende één televisieweek 31 (3%) programmaonderdelen met de leeftijdsclassificatie 'let op met kinderen tot 12 jaar' zijn uitgezonden voor 20:00 uur en dat 25 (3%) programmaonderdelen met de leeftijdsclassificatie 'let op met kinderen tot 16 jaar' zijn uitgezonden voor 22:00 uur. Opmerkelijk hierbij is echter dat er nauwelijks klachten binnenkomen over dit onderwerp. Het is onduidelijk wat hiervan de oorzaak is.

Uitvoering van de adviesfunctie door de branche

Hoe gaan verkopers om met de adviesfunctie die zij hebben? Zien ze nut in de systemen Kijkwijzer en PEGI? Om de naleving van leeftijdsgrenzen bij de advisering aan ouders te onderzoeken, is in dit deelonderzoek gebruikgemaakt van mysterycalls. Dit houdt in dat verkopers van diverse verkooppunten door een onderzoeksmedewerker zijn gebeld. Onderzoeksmedewerkers deden zich in de gesprekken voor als bezorgde vader (75 gesprekken door een mannelijke onderzoeksmedewerker) of moeder (74 gesprekken door een vrouwelijke onderzoeksmedewerker) die een verkoper telefonisch om advies wilde vragen. Advies werd gevraagd naar aanleiding van de aanwezigheid van leeftijdsclassificaties op een dvd, game of bioscoopfilm. De ouders wilden in deze gevallen weten of ze hun kind met een gerust hart een te hoog geclassificeerde dvd, bioscoopfilm of game konden laten kijken of spelen. Ook bij de mysterycalls werd er gewerkt met drie condities (ouder vraagt advies over een 11-jarig kind en een classificatie van *12 jaar*, over een 11-jarig kind en een classificatie van *16 jaar* en over een 15-jarig kind en een classificatie van *16 jaar*).

De resultaten van de mysterycalls bevestigen in grote lijnen de bevindingen in de eerder beschreven mysteryshopbezoeken. De systemen Kijkwijzer en PEGI lijken, ook wanneer het gaat om het adviseren van ouders, voor verkopers weinig gewicht in de schaal te leggen. Slechts 35% van de telefoongesprekken eindigde in een advies conform de Kijkwijzer- of PEGI-classificaties. Van deze negatieve adviezen werd slechts iets meer dan de helft expliciet gebaseerd op de Kijkwijzer- of PEGI-leeftijdsclassificatie. In de overige gevallen werd advies gegeven op grond van andere overwegingen. Het kijken of spelen van een dvd/film of game werd eerder geadviseerd wanneer de afstand tussen de leeftijd van de jongere en de leeftijdsclassificatie klein was. Wanneer deze afstand groter was, was ook de naleving van Kijkwijzer/PEGI door de verkopers hoger. In de overwegingen van verkopers lijken de eigen kennis over de inhoud van films en games zeker zo belangrijk als de leeftijdsclassificaties van Kijkwijzer en PEGI. Ook gaan verkopers vaak uit van de eigen verantwoordelijkheid van ouders, zelfs als die ouders de verkopers expliciet om hulp vragen.

Kennis over en draagvlak voor de systemen binnen de branche

In een afzonderlijke deelstudie is met schriftelijke vragenlijsten achterhaald hoe het komt dat verkopers zich niet houden aan de leeftijdsclassificaties van Kijkwijzer en PEGI. Op deze wijze is gezocht naar aanknopingspunten om de branche ertoe aan te zetten en/of te faciliteren zich beter aan de leeftijdsgrenzen te houden. Het onderzoek is afgenomen onder medewerkers van bibliotheken, videotheken, verkooppunten en bioscopen. In de schriftelijke vragenlijst zijn de verkopers bevraagd op (a) hun kennis over de systemen Kijkwijzer en PEGI, (b) het draagvlak voor beide systemen en (c) de redenen om de leeftijdsclassificaties van Kijkwijzer en/of PEGI wel of niet na te leven.

De resultaten van dit onderzoek wezen uit dat de verkopers meer kennis van Kijkwijzer hadden dan van PEGI. Ook bleek dat zij niet de betekenis van alle waarschuwingspictogrammen goed kenden en was het de verkopers niet helemaal duidelijk op welke typen producten zij een Kijkwijzer- danwel PEGI-classificatie konden verwachten. Ook leverde de wettelijke status van de leeftijdsgrenzen problemen op. Zo wisten verkopers vaak niet wat de wettelijke status is van de 12 jaar-grens. Verkopers gaven aan dat niet-naleving over het algemeen niet snel wordt ontdekt. Een bezoek van externe controleurs werd niet snel verwacht. Ook dachten de verkopers dat jongeren een dvd of game wel in een andere winkel konden kopen als de verkoop in de eigen winkel werd geweigerd, omdat ze verwachtten dat de leeftijdsclassificaties van Kijkwijzer en PEGI daar minder zouden worden nageleefd. Verder blijkt uit het vragenlijstonderzoek dat verkopers zich niet persoonlijk verantwoordelijk voelden voor de aankopen van jongeren. Winkels en winkelketens achtten zij daarvoor evenmin

verantwoordelijk. De verkopers vonden vooral de ouders van de jongere en, in mindere mate, de jongeren zelf verantwoordelijk. Verkopers vonden het soms lastig om de leeftijd van een jongere te schatten en de leeftijd te controleren.

Redenen om de systemen wel of niet na te leven

Uit de vragenlijst komen drie factoren naar voren die van invloed lijken op de naleving van de leeftijdsgrenzen. In de eerste plaats is dat de persoonlijke acceptatie van de systemen. De individuele opvattingen van verkopers, en niet de opvattingen die binnen een bepaald verkooppunt gelden, zijn van invloed op de bereidheid van verkopers om zich te houden aan de leeftijdsrestricties. In de tweede plaats is dat de inschatting van de wettelijke grondslag voor de leeftijdsbeperkingen. De bereidheid van verkopers om zich aan de leeftijdsgrenzen te houden is groter wanneer ze weten dat daar een wettelijke grondslag voor is. In de derde plaats is ook de controle van invloed. Verkopers houden zich beter aan de leeftijdsrestricties als ze serieuzer rekening houden met (externe) controles op de naleving.

Factoren als sancties en praktische bezwaren spelen in de huidige situatie nog geen rol. In de spontaan genoemde redenen voor niet-naleving komen de praktische bezwaren echter wel naar voren (bijvoorbeeld: het voorkomen van ruzie of onenigheid met klanten en de moeilijkheid van het inschatten van de leeftijd van jongeren).

Ongewenste neveneffecten van Kijkwijzer- en PEGI-pictogrammen

In een experiment is onderzocht of er een aantrekkende werking uitgaat van de pictogrammen van Kijkwijzer en PEGI. In de deelstudie kregen 332 basisschoolleerlingen en 337 middelbare scholieren tien covers van dvd's of games te zien. De jongeren werd gevraagd de aantrekkelijkheid van de dvd's en games te beoordelen. Vier van de tien dvd's of games werden zonder pictogrammen aangeboden (en fungeerden dus als fillers). De overige zes dvd's of games vormden het experimentele materiaal. Proefpersonen werden random ingedeeld bij het dvd- of het gameonderzoek. In twee leeftijdscategorieën (9-11 jaar en 13-15 jaar) werden ze vervolgens random toegewezen aan acht groepen. Deze groepen werden gevormd door de aan- of afwezigheid van een leeftijdspictogram (geen classificatie, alle leeftijden, 12 jaar en 16 jaar) en door de aan- of afwezigheid van een combinatie van drie waarschuwingspictogrammen (geweld, seksualiteit en grof taalgebruik).

Uit de resultaten van deze deelstudie blijkt dat er in de huidige situatie geen aantrekkende werking uitgaat van de Kijkwijzer- en PEGI-pictogrammen. Wel kwam naar voren dat jongeren enige aandacht schenken aan

de pictogrammen. Zo werd de waardering van de basisschoolleerlingen negatief beïnvloed door de waarschuwingspictogrammen en gaven de middelbare scholieren de voorkeur aan dvd's en games met de classificatie *12 jaar* boven dvd's en games voor alle leeftijden.

Conclusies

Zelfreguleringsystemen bestaan uit een stelsel van zelfreguleringsactiviteiten. In aansluiting op de reguleringsketen zoals die in de literatuur is beschreven (Dorbeck-Jung, Oude Vrielink & Reussing, 2006) bevat dit stelsel samenhangende reguleringsactiviteiten die gericht zijn op de *normstelling*, de *uitvoering* (invoering en toepassing) en de *handhaving* (toezicht en sanctionering) van regels.

De branche lijkt zich vooral te richten op de normstelling (en daarmee samenhangende activiteiten), en minder (of niet) op de uitvoering en handhaving. Het onderzoek in dit rapport maakt duidelijk dat verkopers weinig consequenties verbinden aan de leeftijdsclassificaties die aan films en games zijn toegekend. Het kost jongeren weinig moeite om een dvd, bioscoopkaartje of game te kopen of te huren met een te hoge leeftijdsclassificatie. Dit lijkt te maken te hebben met de manier waarop verkopers tegen de systemen aankijken. Ze zien de systemen niet zozeer als voorschriften waar ze zich bij de verkoop aan zouden moeten houden, maar als informatie en/of advies waar met name ouders hun voordeel mee kunnen doen. Deze vrijblijvendheid vertaalt zich in een onverschillige houding ten aanzien van de leeftijdsclassificaties, die niet goed aansluit bij de bescherming van jongeren tegen schadelijke media-inhouden. De informatie over de schadelijkheid van een film of een game is beschikbaar, maar wie doet er iets mee? De verkopers kijken hiervoor naar de ouders, maar het is evengoed voorstelbaar dat de ouders hiervoor naar de verkopers kijken. Als de adviesfunctie van de verkopers wordt getest (met mysterycalls waarin bezorgde ouders verkoopmedewerkers om advies vragen), blijkt deze ook onvoldoende uit de verf te komen; verkopers geven desgevraagd overwegend onvoldoende en verkeerd advies. Gezien het maatschappelijk belang dat gemoeid is met het beschermen van jongeren tegen schadelijke media-inhouden, is het noodzakelijk dat verkopers een actievere rol gaan spelen bij de naleving van leeftijdsgrenzen.

De zwakste schakel in beide systemen ligt op het daadwerkelijke verkoopmoment. Winkels, winkelketens en individuele verkopers lijken onvoldoende doordrongen van de noodzaak om zich te houden aan de leeftijdsgrenzen bij de verkoop van mediaproducten. De informatievoorziening over Kijkwijzer en PEGI aan deze individuele verkopers is niet adequaat. Verkopers zijn onvoldoende op de hoogte van de betekenis van de symbolen, maar ook van de wettelijke grondslag. Daarnaast werken ze voor verkooppunten die aan het belang van de Kijkwijzer- en

PEGI-classificaties weinig aandacht schenken (volgens de verkopers). Ook komen ze in contact met jongeren en/of ouders die in veel gevallen zelf niet goed op de hoogte zijn van de implicaties van de Kijkwijzer- en PEGI-classificaties. Gezien het huidige niveau van handhaving zal het voor velen als een schok komen wanneer een verkoper weigert een bepaalde dvd of game te verkopen aan een jongere. Verkopers geven zelf ook aan dat het winkelend publiek volgens hen niet verwacht dat ze zich actief met de leeftijdsrestricties gaan bezighouden. Daarmee hangt de effectiviteit van Kijkwijzer en PEGI teveel af van de bereidheid van individuele verkopers om de leeftijdsgrenzen serieus te nemen op de verkoopmomenten en het economisch belang te negeren.

In het verlengde daarvan is de controle van de naleving op dit moment problematisch. In de perceptie van verkopers is er geen reële kans dat ze gecontroleerd worden op de naleving. Op die manier komt er ook geen feedback op het functioneren van de systemen in de dagelijkse praktijk. Ook de klachtenprocedure is op dit punt niet informatief: het is namelijk niet mogelijk klachten in te dienen die te maken hebben met de naleving door verkooppunten. Zelfs niet in extreme gevallen (bijvoorbeeld wanneer een bioscoop 5-jarige kinderen zou toelaten tot een film voor 16 jaar en ouder is het niet mogelijk hierover een klacht in te dienen).

Het Commissariaat voor de Media is belast met het metatoezicht op de kwaliteit van de NICAM-classificaties op het gebied van zowel televisie als film, video en dvd. Deze kwaliteitsrapportages worden door het NICAM Bureau jaarlijks verzorgd. In die rapportages staan de resultaten van steekproefsgewijs onderzoek naar de juistheid van Kijkwijzerclassificaties bij televisieprogramma's, televisiepromo's, videoclip, bioscoopfilms en trailers van bioscoopfilms en de vermelding van de pictogrammen bij filmladders, in omroepbladen en op teletekstpagina 282. Ook komen de resultaten van betrouwbaarheidstesten onder codeurs aan bod, evenals de resultaten van studies naar onder meer de naamsbekendheid van Kijkwijzer, het gebruik van de classificaties en de mening van jongeren, ouders en andere belanghebbenden over Kijkwijzer. Ten slotte wordt een overzicht gegeven van alle zaken die hebben gediend voor de Klachtencommissie en/of de commissie van beroep. Er zijn geen rapportages bekend over de naleving aan de kassa.

Deel 1
Inleiding en theorie

1 Inleiding

1.1 Jongeren en mediaproducten

Mediaproducten zoals films, games en televisie-uitzendingen zijn niet meer weg te denken uit het leven van jongeren. Van tijd tot tijd laaien in de samenleving discussies op over films of games met ongewenste, mogelijk schadelijke inhoud. Voorbeelden hiervan zijn de controverses rondom games als *Carmageddon* en *Manhunt2*, waarin spelers punten scoren met het doodrijden of vermoorden van mensen, of speelfilms als de *Saw*-cyclus, waarin de personages elkaar op bloederige wijze te lijf gaan. Maar ook in minder extreme gevallen is er veel discussie over de mogelijke schadelijkheid van mediaproducten voor jongeren. Het lijkt daarbij primair te gaan om angst, geweld en seks, maar kan ook betrekking hebben op discriminatie, alcohol- en drugsmisbruik, grof taalgebruik en gokken. De veronderstelling is dat regelmatige blootstelling aan dit soort schadelijke media-inhouden kan leiden tot ongewenst gedrag bij kinderen. Deze aanname is al decennialang een belangrijk onderzoeksthema binnen de communicatiewetenschap. Daarbij spelen concepten als *cultivat*ie en *modell*ing een belangrijke rol. De cultivatietheorie stelt dat regelmatige blootstelling aan bepaalde (al dan niet schadelijke) media-inhouden kan leiden tot een vertekend wereldbeeld. Jongeren die bijvoorbeeld regelmatig gewelddadige games spelen en/of films zien, gaan daardoor op een andere manier tegen geweld aankijken. Ze raken eraan gewend, zijn minder onder de indruk van geweldsexcessen en worden zelf agressiever. Jongeren ‘leren’ van de ervaringen die ze al kijkend en gamend opdoen over wat kennelijk normaal is in de wereld om hen heen, niet alleen met betrekking tot geweld, maar ook op het gebied van seksualiteit en alcohol- en drugsgebruik. De notie van *modell*ing gaat nog een stap verder: jongeren kunnen, al dan niet bewust, bepaalde gedragingen van personages in mediaproducten navolgen of overnemen. Het verband tussen schadelijke media-inhouden en ongewenste leereffecten en gedragingen bij jongeren is door de jaren heen in diverse studies aangetoond, met name op het gebied van geweld (Anderson & Bushman, 2001; Paik & Comstock, 1994; Huesmann, 2007; Earles, Alexander, Johnson, Liverpool & McGhee, 2002). Ook meta-analyses bevestigen de relatie tussen blootstelling aan mediageweld en gedrag. Zo blijkt uit een meta-analyse van Kunczik & Zipfel (2004), waarin de bevindingen uit 202 studies zijn samengenomen (met een totaal van 43.000 deelnemers), dat er een significant verband bestaat tussen gewelddadige mediabeelden en agressief gedrag. In toenemende mate richt het onderzoek zich ook op de (schadelijke) effecten van computergames. Computergames hebben de laatste jaren een enorme vlucht genomen en zijn een belangrijk onderdeel van de mediawereld van jongeren geworden (Livingstone & Bovill, 2002). Uit een studie van het Instituut voor Verslavingsonderzoek blijkt dat 59% van de Nederlandse jongeren offline games speelt. Gemiddeld besteden ze hier 5,5 uur per week aan. 40% van de jongeren speelt met anderen online

games en is hier gemiddeld negen uur per week mee bezig. (Monitor Internet en Jongeren 2006 en 2007, IVO 2007). Uit ander onderzoek (Logica CMG, 2008) blijkt dat jongeren op hun 21e gemiddeld 5.000 uur achter een gameconsole hebben doorgebracht. Daarnaast blijkt uit hetzelfde onderzoek dat jongeren ongeveer 3.500 uur op het internet hebben gesurft en dat één op de tien soms zelfs dag en nacht digitaal actief is.

Uit onderzoek van het NICAM (2003) komt naar voren dat 17% van de ouders zorgen heeft over de hoeveelheid tijd die hun kinderen besteden aan computergames. Huiswerk en (buiten) spelen met andere kinderen worden zowel door ouders als door kinderen genoemd als activiteiten die door het gamen in het gedrang komen. Ouders hebben doorgaans een gemengd beeld van de invloed van games op hun kinderen. Ze gaan uit van positieve effecten (op kennis en emoties), maar ook van negatieve invloeden (op gezondheid, sociale omgang en houding of gedrag). Jongeren zelf zijn niet van mening dat hun gedrag door games beïnvloed wordt (NICAM, 2003). Uit recenter onderzoek (TNS NIPO, 2008) blijkt dat ouders goed op de hoogte denken te zijn van het gamegedrag van hun kind, maar dat ze vinden dat hun kennis over gamen tekortschiet. Ouders zeggen te weten hoe lang hun kinderen spelen, welke games ze spelen en waarom. De helft van de ondervraagde ouders speelt zelf ook computergames. Ruim 60% van de ouders vindt niet dat hun kinderen te veel tijd aan games besteden. Ouders blijken in dit onderzoek een rooskleuriger beeld te hebben van het gamen dan de kinderen zelf. Bijna de helft van de ouders geeft aan dat hun kinderen meestal uit zichzelf kunnen stoppen met spelen, tegenover 35% van de kinderen. Slechts 17% van de ouders vindt de games die worden gespeeld gewelddadig, tegenover 34% van de kinderen.

Een grote meerderheid van de ouders (78%) vindt het belangrijk zelf te kunnen inschatten in hoeverre een game schadelijk kan zijn voor hun kinderen en vanaf welke leeftijd zo'n game gespeeld kan worden (NICAM, 2003). Jongeren zelf hebben veel minder behoefte aan dergelijke informatie. Ouders willen vooral geïnformeerd worden over de aanwezigheid van (buitensporig en realistisch) geweld in spelletjes, gevolgd door informatie over alcohol en drugs en over grof taalgebruik. Informatie over de mogelijke schadelijkheid van games is het meest van belang voor ouders van kinderen tot 12 jaar.

1.2 NICAM en ISFE

Om ouders te informeren over en jongeren te beschermen tegen (te vroege) blootstelling aan gewelddadige of anderszins schadelijke media-inhouden, is in Nederland na de afschaffing van de Filmkeuring een nieuw stelsel voor de bescherming van jongeren tegen schadelijke audiovisuele producten ingericht. Dit stelsel omvat als belangrijkste kern de

oprichting in 1999 van het Nederlands Instituut voor de Classificatie van Audiovisuele Media (kortweg NICAM), dat een systeem heeft ontwikkeld waarmee leeftijds- en inhoudelijke classificaties worden toegekend aan televisie-uitzendingen en films. Kijkwijzer deed officieel zijn intrede in 2001 na de intrekking van de Wet op de Filmvertoningen. Twee jaar later introduceerde de ISFE (Interactive Software Federation of Europe) PEGI, een vergelijkbaar systeem als Kijkwijzer, maar dan specifiek gericht op games. Het gaat in beide gevallen om vormen van zelfregulering door de branche. Volgens het NICAM is Kijkwijzer primair bedoeld om ouders en opvoeders voor te lichten tot welke leeftijd een product of uitzending schadelijk kan zijn voor kinderen. Daarnaast helpt het de branche om zich te houden aan de bepalingen van de Mediawet en artikel 240a van het Wetboek van Strafrecht, die beogen minderjarigen onder de leeftijd van 16 jaar te beschermen tegen de confrontatie met schadelijk geacht beeldmateriaal. Waar bij Kijkwijzer expliciet sprake is van *schadelijkheid* tot een bepaalde leeftijd (6, 12, 16), vormt PEGI een aanduiding voor de *geschiktheid* van een game *boven* de genoemde leeftijd (3+, 7+, 12+, 16+ en 18+). Het criterium 'geschiktheid' van PEGI hangt net als bij de Kijkwijzer samen met de specifieke inhoud van de game, die bijvoorbeeld gewelddadig, discriminerend of angstaanjagend kan zijn. De classificatie zegt niets over de moeilijkheidsgraad van een game (www.pegi.info).

1.2.1 *Totstandkoming en inrichting van Kijkwijzer*

In Nederland heeft de bescherming van de jeugd tegen schadelijk beeldmateriaal een lange historie, die al snel na de introductie van de eerste film in 1896 een aanvang kreeg. De forse toename van het aantal bioscoopbezoekers in de eerste decennia van de twintigste eeuw en de bezorgdheid over de negatieve invloed van films op de jeugd deden veel gemeenten besluiten tot het opstellen van regels voor preventief toezicht. Om eenheid te scheppen in de al snel groeiende lokale verscheidenheid stelde de rijksoverheid in 1919 een commissie in, die haar moest adviseren over maatregelen 'ter bestrijding van het zedelijk en maatschappelijk gevaar aan bioscoopvoorstellingen verbonden'. Het advies van de commissie om een landelijke filmkeuring in te voeren, werd in 1926 verwezenlijkt met de inwerkingtreding van de Bioscoopwet. In het maatschappelijk klimaat van de jaren zestig en zeventig was het onafwendbaar dat voorstanders van een soepeler filmbeleid aan het langste eind zouden trekken. In 1977 leidde dit ertoe dat de Bioscoopwet werd ingetrokken en de Wet op de Filmvertoningen in werking trad. Dit betekende onder meer dat de Centrale Filmkeuring werd afgeschaft, zodat er voortaan vrijwel geen beperking meer gold in het filmaanbod voor volwassenen. Om de jeugd te beschermen werd de Nederlandse Filmkeuring ingesteld, waarvan de leden bepaalden of een film ongeschikt was voor jongeren onder de 12 of 16 jaar. Bij de keuring werd uitgegaan van vijf categorieën: geweld, angst, wreedheid, moraal en overige (werkelijkheid/fantasie, discriminatie, rea-

lisme, drugs, seks, imitatie). Sinds 1980 experimenteerde de Nederlandse Filmkeuring ook met verschillende genres voor de indeling van films. Bij de start van de Filmkeuring kon niet worden voorzien dat de videofilm snel de Nederlandse huiskamer zou veroveren. De snelle opmars van de videofilm riep twijfel op over het nut om via de Filmkeuring jongeren de toegang te ontzeggen tot bepaalde bioscoopfilms, terwijl ze dezelfde film probleemloos bij de videotheek konden huren. Wettelijke maatregelen om de verkoop en verhuur van videofilms aan banden te leggen, werden echter voorkomen doordat de videobranche in 1988 de classificatie van en voorlichting over videofilms op zich nam. Deze zelfregulering kan worden beschouwd als een voorloper van Kijkwijzer (Van der Burg & Van den Heuvel, 1991).

De zich sterk uitbreidende informatiemaatschappij vormde ook voor de Europese Unie de aanleiding om aandacht te besteden aan de maatschappelijke gevolgen van de (introdactie van nieuwe) media. In 1989 kwam de Richtlijn Televisie zonder Grenzen tot stand. Ook publiceerde de Europese Commissie in 1996 een Groenboek over de bescherming van minderjarigen tegen schadelijk beeldmateriaal. In Nederland werd in 1997 de eerste aanzet tot gewijzigd beleid gegeven met de overheidsnota 'Niet voor alle leeftijden'. Hierin werd gewezen op de snelle ontwikkeling en verbreiding van audiovisuele media, de toename van voor jeugdigen schadelijk beeldmateriaal, de veranderingen in de gezins- en arbeidsstructuur die het risico van ongewilde confrontatie van jeugdigen met ongeschikt beeldmateriaal verhoogden en de gegroeide consensus in de wetenschap dat geweld in de media schadelijk kan zijn voor jeugdigen. De bescherming van minderjarigen in het dan vigerende stelsel vertoonde tekortkomingen vanwege een gebrek aan harmonisatie tussen de verschillende branches, een tekort aan deskundigheid bij de beoordeling van schadelijkheid, een gebrek aan voorlichting aan het publiek, alsmede de gebrekkige handhaving en handhaafbaarheid van de regels. Gepleit werd dan ook voor de oprichting van een onafhankelijke instelling die moest dienen als landelijk steunpunt voor zelfregulering binnen de audiovisuele branche (Kamerstukken II, 1996/1997, 25 266, nr. 1). Vertegenwoordigers uit de audiovisuele sector gaven gehoor aan de oproep van de overheid en in gezamenlijk overleg werd besloten een zelfregulerende organisatie op te richten. Uiteindelijk leidde dit in 1999 tot de oprichting van het Nederlands Instituut voor de Classificatie van Audiovisuele Media (NICAM). Het NICAM is tot stand gekomen in nauwe samenwerking met het ministerie van Onderwijs, Cultuur & Wetenschap (OCW), het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS) en het ministerie van Justitie. Vanwege de betrokkenheid van de overheid bij de oprichting en het functioneren van het NICAM wordt deze vorm van zelfregulering co-regulering genoemd. Teneinde over te gaan tot afschaffing van de Wet op de Filmvertoningen en de introductie van een stelsel van co-regulering heeft de overheid een aantal eisen geformuleerd (zie box 1).

Box 1 Overheidseisen aan stelsel van co-regulering

Wijziging van de Mediawet en van het Wetboek van Strafrecht, alsmede intrekking van de Wet op de Filmvertoningen (Tweede Kamer, vergaderjaar 1999–2000, 26 841, nr. 3, pagina 2):

Uitgangspunt is dat elk audiovisueel product onder verantwoordelijkheid van de branche die het desbetreffende product in eerste instantie op de markt brengt, wordt geclassificeerd met als criterium de mogelijke schadelijkheid voor vertoning aan jeugdigen. Deze zelfregulering dient zich uit te strekken tot al het beeldmateriaal dat schadelijk geacht wordt voor jeugdigen. De bestaande praktijk van de Nederlandse Filmkeuring en van de Raad van Toezicht Videovoorlichting geeft aan dat bij een systeem van leeftijdsclassificatie in elk geval de volgende criteria uitgewerkt dienen te worden ten aanzien van de mate waarin:

- angst wordt opgewekt;
- brutaliserend geweld wordt vertoond of gerechtvaardigd;
- het gebruik van drugs aantrekkelijk wordt voorgesteld of vergoelikt;
- sprake is van pornografie;
- op andere gronden volgens algemeen geldende opvattingen producten niet geschikt zijn voor vertoning aan bepaalde categorieën van jeugdigen.

Hiertoe dienen de brancheorganisaties van alle sectoren binnen de bedrijfstak een voor haar leden bindende regeling te treffen, waarin ten minste worden vastgelegd:

- de wijze waarop leeftijdsclassificatie en productvoorlichting dienen plaats te vinden;
- de consequenties van de leeftijdsclassificatie voor distributie of uitzending;
- de wijze van handhaving van en controle op de naleving van de regels;
- de bij overtreding van de regels op te leggen sancties, en
- de inrichting van een klachtenmeldpunt en de werking daarvan.

Tweede Kamer, vergaderjaar 1999–2000, 26 841, nr. 3, pagina 11:

Voor zover de Wet op de Filmvertoningen in zijn algemene bepalingen thans eisen stelt ten aanzien van de publicatie van leeftijdsgrenzen en de consequenties ervan voor de openstelling van filmvertoningen voor jeugdigen, worden deze eisen onverkort vastgelegd in het reglement dat de bedrijfsorganisatie hiervoor opstelt. Daarin zijn ook sancties opgenomen.

Tweede Kamer, vergaderjaar 2003–2004, 29 326, nr. 1, pagina 7:

Kijkwijzer is geen vrijblijvend advies als een film de classificatie 12 of 16 jaar en ouder heeft gekregen. De bioscoopeigenaar is dan volgens de wet verplicht de toegang te weigeren aan iemand die jonger dan 12 of 16 jaar is. Video's en dvd's mogen in zo'n geval niet worden verhuurd of verkocht aan iemand jonger dan 12 of 16 jaar is.

Het NICAM heeft een initiërende en coördinerende rol vervuld bij de ontwikkeling van Kijkwijzer. Het beleidsveld rondom Kijkwijzer en de betrokken actoren is schematisch weergegeven in bijlage 1. De wetten en regels die voor de bescherming van jongeren tegen schadelijk beeldmateriaal de randvoorwaarden vormen, zijn de VN-Convention over de Rechten van het Kind (1989), de EU-richtlijn Audiovisuele Mediadiensten (2008, voorheen ‘Televisie zonder grenzen’, 1989, 1997) artikel 240a van het Wetboek van Strafrecht en de artikelen 52d en 53 van de Mediawet. De relevante teksten op het terrein van wet- en regelgeving zijn in bijlage 2 en 3 opgenomen.

Het NICAM is sinds 2001 in Nederland verantwoordelijk voor (de ontwikkeling van) het classificatiesysteem Kijkwijzer. Kijkwijzer is een classificatiesysteem waarmee mediaproducten en distributeurs zelf op basis van objectieve, wetenschappelijke criteria de eventuele schadelijkheid voor bepaalde leeftijdsgroepen kunnen vaststellen. Het NICAM heeft criteria opgesteld die zijn vertaald in indicatoren. Deze zijn opgenomen in een vragenlijst die voor de codeurs van de distributeurs en producenten toegankelijk is. De codeurs volgen hiervoor een speciaal door het NICAM verzorgde cursus. Het classificatiesysteem bestaat uit vijf leeftijdsclassificaties – alle leeftijden, 6 jaar, 9 jaar (in ontwikkeling), 12 jaar en 16 jaar – en zes waarschuwingspictogrammen die staan voor media-inhouden die mogelijk schadelijk zijn, namelijk: geweld, angstaanjagendheid, seksualiteit, discriminatie, drugs- en alcoholmisbruik, en grof taalgebruik (figuur 1). De pictogrammen worden geplaatst op verpakkingen, posters en andere reclame-uitingen en worden weergegeven bij de aanvang van een filmvertoning of televisie-uitzending. Tijdens televisie-uitzendingen wordt de classificatie van het betreffende programma ook weergegeven op teletekstpagina 282.

Figuur 1 Pictogrammen van Kijkwijzer

Leeftijdsclassificaties*						
Waarschuwingspictogrammen						

* De leeftijdsclassificatie 9 jaar wordt in 2009 toegevoegd (in 2004 heeft de film ‘Harry Potter en de gevangene van Azkaban’ eenmalig de classificatie 9 jaar meegekregen, omdat de standaard leeftijdsminima te ver uiteen zouden liggen (6 jaar en 12 jaar).

Bron: NICAM, 2008

Het systeem wordt financieel en beleidsmatig ondersteund door de Nederlandse overheid (de aangesloten omroepen en distributeurs nemen alle kosten verbonden aan het classificeren, alsmede de gehele logistiek voor eigen rekening; de overheid neemt de helft van de kosten van het coörd-

dinerende NICAM voor haar rekening) en kan derhalve gekarakteriseerd worden als een systeem van co-regulering (zie ook hoofdstuk 3). Uit onderzoek van Intomart (2008) in opdracht van NICAM blijkt dat ruim 80% van de ouders met kinderen in de leeftijd van 3 tot en met 15 jaar gebruikmaakt van Kijkwijzer. Bijna de helft doet dat vaak of regelmatig en ruim een derde (37%) doet dat soms. Daarmee is het gebruik van Kijkwijzer toegenomen, want in 2004 gaf bijna een kwart van de ouders nog aan geen gebruik te maken van Kijkwijzer. De meeste ouders vinden de leeftijdsclassificaties van Kijkwijzer betrouwbaar: in 2008 ligt het percentage op 90%, in 2004 achtte 84% van de ouders de classificaties van Kijkwijzer betrouwbaar. De (geholpen) bekendheid van Kijkwijzer bij ouders is volgens hetzelfde onderzoek 99%. De overgrote meerderheid van de ouders (94%) geeft aan Kijkwijzer een zinvol systeem te vinden. En 14% van de ouders geeft aan de website van Kijkwijzer wel eens te hebben bezocht.

Uit ander onderzoek (NICAM, 2006), onder kinderen in de leeftijdscategorie 9 tot en met 14 jaar, blijkt dat deze leeftijdsgroep Kijkwijzer *zelf* gebruikt als waarschuwing voor televisieprogramma's en (bioscoop)films die ze liever niet willen zien. Een kwart van deze kinderen zegt dat zelfs vaak te doen. Kinderen en jongeren gebruiken Kijkwijzer vooral als waarschuwing voor seks (45%), enge beelden (41%) en geweld (31%), omdat ze aangeven dergelijke beelden liever niet te willen zien. Meisjes geven vaker dan jongens aan daarop te letten. Bijna alle kinderen uit de onderzochte leeftijdsgroep zeggen Kijkwijzer te kennen en te weten wat de bedoeling van Kijkwijzer is. Ook zeggen ze de betekenis van de pictogrammen goed te kennen.

Het NICAM meldt in haar statuten (artikel 1): 'De stichting stelt zich met uitsluiting van winstoogmerk als algemeen doel het bevorderen dat audiovisuele producten door de audiovisuele branche zelf door middel van classificeren worden voorzien van informatie over hun mogelijke schadelijkheid voor jeugdigen, alsmede het verrichten van alle verdere handelingen die met het vorenstaande in de ruimste zin verband houden of daartoe bevorderlijk kunnen zijn.'

De overheid ziet erop toe dat de zelfregulerende maatregelen ook daadwerkelijk worden nageleefd. Met ingang van 1 januari 2005 is het Commissariaat voor de Media belast met het metatoezicht op de kwaliteit van de NICAM-classificaties op het gebied van zowel televisie als film, video en dvd. Omdat het Commissariaat zich van origine slechts bemoeit met de televisieomroepen, is zijn taak hierdoor uitgebreider geworden. Het toezicht wordt vormgegeven door middel van jaarlijkse kwaliteitsrapportages die het NICAM-bureau aan het Commissariaat oplevert. In die rapportages staan de resultaten van steekproefsgewijs onderzoek naar de juistheid van Kijkwijzerclassificaties bij televisieprogramma's, televisiepromo's, videoclips, bioscoopfilms en trailers van bioscoopfilms en de vermelding van de pictogrammen bij filmladders, in omroepbladen en op

teletekstpagina 282. Ook komen de resultaten van verschillende betrouwbaarheidstesten onder codeurs aan bod, evenals resultaten van onderzoeken naar onder meer de naamsbekendheid van Kijkwijzer, het gebruik van de classificaties en de mening van jongeren, ouders en andere belanghebbenden over Kijkwijzer. Ten slotte wordt een overzicht gegeven van alle zaken die hebben gediend voor de Klachtencommissie en/of de commissie van beroep.

1.2.2 Totstandkoming en inrichting van PEGI

PEGI (Pan European Game Information) is een Pan-Europees classificatiesysteem voor video- en computergames, dat ouders informeert over mogelijke schadelijke elementen in games voor kinderen. PEGI is bedoeld om ouders meer zekerheid te geven of de inhoud van een video- of computergame geschikt is voor kinderen van een bepaalde leeftijd. Dit systeem voor video- en computergames werkt op vergelijkbare wijze als Kijkwijzer. De gehanteerde leeftijdscategorieën zijn echter anders: 3+, 7+, 12+, 16+ en 18+ jaar (zie figuur 2).¹ Naast deze vijf leeftijdscategorieën, kent PEGI zeven typen media-inhoud die mogelijk ongeschikt zijn, namelijk: geweld, angst, seks, discriminatie, drugs- en/of alcoholgebruik, grof taalgebruik en, anders dan Kijkwijzer, gokken.

Figuur 2 Pictogrammen van PEGI



Bron: ISFE, 2008

PEGI bestaat sinds 2003 en is ontwikkeld door de Interactive Software Federation of Europe (ISFE). De ISFE heeft zich in 2002 onder Belgische regelgeving laten registreren als een internationale organisatie met wetenschappelijke en opvoedkundige doelstellingen. De ISFE is een brancheorganisatie waarbij de meeste producenten van gameconsoles zijn aangesloten en vertegenwoordigt de belangen van haar leden bij de belangrijkste stakeholders: EU-instellingen, internationale organisaties, academici en het publiek. De doelen van de ISFE worden op verschillende manieren nagestreefd, namelijk door middel van persoonlijke bezoeken, conferenties en sponsoring. Het bestuur van de ISFE bestaat geheel uit vertegenwoordigers van de softwarebranche. Het beleidsveld rondom

¹ Portugal en Finland hanteren andere leeftijdsgrenzen dan 3+ en 7+ jaar.

PEGI en de betrokken actoren is schematisch weergegeven in bijlage 4 van dit rapport.

De ISFE heeft het initiatief om tot één classificatiesysteem voor heel Europa te komen, genomen om zodoende bij te dragen aan de bescherming van jongeren onder de leeftijd van 18 jaar. De keuze voor één enkel classificatiesysteem is ingegeven doordat de meeste spellen die in Europa worden verkocht, identiek zijn, met uitzondering van taal en verpakking. Europa heeft zich ontwikkeld tot een interne markt voor spellen. Het PEGI-systeem is tot stand gekomen door een samenwerking tussen de ISFE en de nationale brancheorganisaties en Europese instellingen. Daarbij is gebruikgemaakt van bestaande nationale systemen. Een breed platform van academici, consumenten en andere belangengroeperingen werd betrokken bij de ontwikkeling van het systeem. Het NICAM, dat in 2003 al twee jaar ervaring had met het classificeren van audiovisueel materiaal, is verantwoordelijk voor het beheer van het PEGI-systeem in Nederland. In het Verenigd Koninkrijk fungeert de Video Standards Council (VSC) als agent van het NICAM. Samen verzorgen zij de implementatie van PEGI in Europa en de controle op de PEGI-classificaties die de gamebranche aan de diverse producten toekent. De VSC test alle 16+- en 18+-geclassificeerde games voordat deze op de markt komen; het NICAM test alle 12+-classificaties vooraf en steekproefsgewijs ook de 3+- en 7+-classificaties. Hiervoor beschikt het NICAM over een testteam van vijf PEGI-testers (NICAM, 2005).

PEGI is een vrijwillig systeem. Het beoogt de aansluiting op de nationale wetgeving in de verschillende Europese lidstaten voor de branche te vergemakkelijken en bij te dragen aan de bescherming van jongeren. PEGI is op dit moment van toepassing op games die worden verspreid in 29 landen in Europa: België, Bulgarije, Cyprus, Denemarken, Estland, Finland, Frankrijk, Griekenland, Groot-Brittannië, Hongarije, Ierland, IJsland, Italië, Letland, Litouwen, Luxemburg, Malta, Nederland, Noorwegen, Oostenrijk, Polen, Portugal, Roemenië, Slovenië, Slowakije, Spanje, Tsjechië, Zweden en Zwitserland.

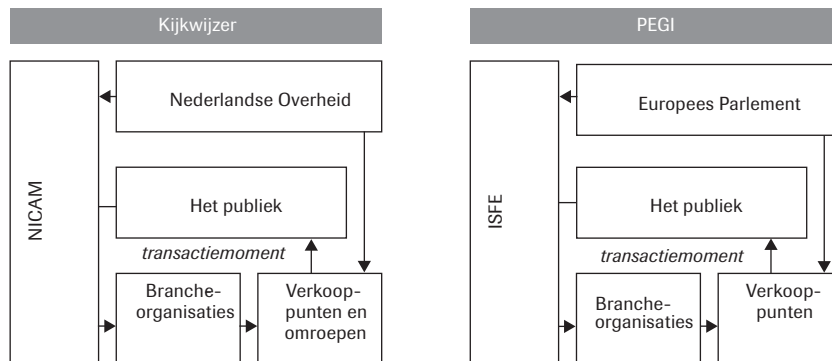
Een jaar na de introductie van PEGI bleek dat slechts 3% van de ouders die games voor hun kinderen kochten of huurden wel eens gehoord had van PEGI (NICAM, 2004). Een aanmerkelijk grotere groep (45%) had het waarschuwingssysteem wel eens gezien op een verpakking. Ondanks de nog geringe bekendheid in 2004, vond een grote meerderheid (82%) van de ouders een waarschuwingssysteem als PEGI zinvol.

1.3 Vooruitblik rapport

De vraag die in dit rapport centraal staat, is hoe de huidige systemen van co- en zelfregulering van Kijkwijzer en PEGI functioneren in Nederland, in het bijzonder daar waar het de bescherming van jongeren tegen scha-

delijk te achten beeldmateriaal betreft. Onderzocht is in welke mate de verschillende sectoren binnen de branche de leeftijdsclassificaties van Kijkwijzer en PEGI naleven. Daarnaast wordt inzicht verschaft in de redenen voor de eventueel aangetroffen niet-naleving door de branche en mogelijke andere zwakke plekken in beide systemen van co- en zelfregulering. Belangrijk om te vermelden is dat het beschermen van jongeren tegen schadelijke media-inhouden als uitgangspunt heeft gediend in dit onderzoek en niet zozeer de huidige reglementen zoals die door de verschillende betrokken partijen worden gehanteerd. Figuur 3 geeft de systemen van zelfregulering schematisch weer.

Figuur 3 Systemen van co- en zelfregulering



In hoofdstuk 2 worden de onderzoeksvragen die centraal staan in dit rapport besproken. Hoofdstuk 3 biedt vervolgens een overzicht van wat er in de literatuur bekend is over het fenomeen zelfregulering en de diverse varianten van zelfregulering. In de hoofdstukken 4 tot en met 9 worden de diverse onderzoeksvragen uitgewerkt en onderzocht door middel van empirische deelstudies. Ten slotte staan in hoofdstuk 10 de conclusies die op basis van het onderzoek kunnen worden getrokken.

2 Onderzoeksontwerp

De vraag die in dit rapport centraal staat, is hoe in Nederland de systemen van co- en zelfregulering, zoals die zijn vormgegeven met Kijkwijzer en PEGI, functioneren ter voorkoming van schadelijk mediagebruik door jongeren. In hoofdstuk 3 zal op basis van literatuurstudie worden gekeken naar de kenmerken van systemen van zelfregulering en de daaraan verbonden sterke en zwakke punten die met dergelijke systemen samenhangen (ten opzichte van bijvoorbeeld wetgeving). Op basis van wetenschappelijke literatuur en analyse van relevante rapporten en documenten, richten we ons vanuit overheidsperspectief op het systeem van zelfregulering met de nadruk op de factoren die van invloed zijn op de naleving van de leeftijdsgrenzen. De wijze van classificeren blijft hier dus buiten beschouwing.

Het resulterende onderzoek bestaat uit twee trajecten. In het eerste traject (onderzoeksvraag 1) staat de algemene vraag centraal wat de sterke en zwakke punten zijn in het systeem van de co- respectievelijk zelfregulering van zowel Kijkwijzer als PEGI. Dit deel van het onderzoek is uitgevoerd op basis van literatuurstudie en documentanalyse, in combinatie met een serie interviews met betrokken actoren. In het tweede traject wordt ingezoomd op het functioneren van de systemen op het transactiemoment (daar waar het audiovisuele product wordt overgedragen aan de klant). Dit is gedaan met uiteenlopende onderzoeksmethoden (onderzoeksvragen 2 tot en met 4). Zoals reeds is aangegeven in het vorige hoofdstuk; het beschermen van jongeren tegen schadelijke media-inhouden heeft als uitgangspunt gediend en niet zozeer de huidige reglementen zoals die door de verschillende betrokken partijen worden gehanteerd.

2.1 Onderzoeksvragen

Het eerste traject waarbij de vraag centraal staat wat de sterke en zwakke punten zijn in de systemen van de co- respectievelijk zelfregulering van Kijkwijzer en PEGI, leidt tot onderzoeksvraag 1.

Onderzoeksvraag 1: Sterke en zwakke punten van de zelfreguleringssystemen

De eerste onderzoeksvraag richt zich op het functioneren van de systemen van zelfregulering met betrekking tot een aantal deelaspecten. Het Kijkwijzersysteem geldt daarbij als een bijzondere vorm van zelfregulering vanwege de publiek-private samenwerking (co-regulering). Er is een aantal factoren gedefinieerd die volgens de literatuur essentieel zijn voor het effectief functioneren. Deze factoren zijn: (a) de reikwijdte van het systeem, (b) de dekking van het systeem, en (c) de handhaving met betrekking tot klachtenafhandeling en sanctionering. De eerste twee parameters betreffen het aanbod van geclassificeerde audiovisuele media bij de verkooppunten en televisiestations. De laatste parameter betreft de mate van controle op de verkooppunten en televisiestations.

Dit leidt tot de volgende onderzoeksvraag:

- 1 *Wat zijn sterke en zwakke punten van de zelfreguleringsystemen Kijkwijzer en PEGI met betrekking tot reikwijdte, dekking en handhaving?*

De genoemde factoren worden in hoofdstuk 3 geïntroduceerd en in hoofdstuk 4 onderzocht aan de hand van documentanalyse en interviews met betrokkenen. Ten eerste zijn de doelgroepen en normadressaten van Kijkwijzer en PEGI beschreven, aangezien het van belang is een goed beeld te hebben van de doelgroep, de personen en organisaties die de leeftijds-grenzen in acht dienen te nemen. Vervolgens hebben diverse bronnen¹ als basis gediend voor het in kaart brengen van de verschillende actoren die bij het systeem van zelfregulering een rol spelen, alsmede de activiteiten die verband houden met het systeem van zelfregulering. Deze activiteiten zijn vervolgens geordend volgens de systematiek van de reguleringsketen, namelijk *normstelling*, *uitvoering* en *handhaving*. In dit onderzoek ligt de nadruk op de naleving aan het einde van de distributieketen, inclusief aspecten als het instrueren van het personeel en het niet verstrekken van schadelijke films of games aan jongeren onder de leeftijdsclassificaties (uitvoering in de reguleringsketen), alsmede op het klachtensysteem van Kijkwijzer en PEGI en bijbehorende sanctionering (handhaving in de reguleringsketen) en de reikwijdte en dekking van beide zelfregulerings-systemen.

In het tweede traject worden de beïnvloedende factoren op het transactiemoment (daar waar de audiovisuele producten worden overgedragen aan het publiek) onderzocht. Dit is onderzocht in diverse empirische studies (onderzoeksvragen 2 tot en met 4), waarbij de nadruk ligt op aspecten van het systeem die van invloed zijn op de naleving bij verkooppunten: het transactiemoment. De rol van de overheid blijft daarbij buiten beschouwing. Immers, bij de verwezenlijking van de co-regulering is artikel 240a van het Wetboek van Strafrecht als ‘juridisch vangnet’ geïntroduceerd voor het geval de co-regulering niet zou leiden tot de gewenste bescherming van jongeren. Alvorens te kunnen besluiten tot een intensivering van de handhavende rol van de overheid dient vastgesteld te worden in hoeverre de branche zich houdt aan de gestelde eisen ten aanzien van distributie cq. uitzending, de handhaving van en de controle op de regels, met het oog op de bescherming van jongeren (Kamerstukken II, vergaderjaar 1999-2000, 26 841, nr. 3).

¹ De volgende bronnen zijn geraadpleegd: de jaarverslagen van het NICAM uit 2004, 2005 en 2006, het jaarverslag 2006-2007 van de PEGI waarin ook de ‘Code of Conduct’ is opgenomen, de nieuwsbrieven voor codeurs uit deze perioden, de websites van zowel Kijkwijzer, PEGI, ISFE, VSC als de brancheorganisaties en notulen van vergaderingen van het Algemeen Bestuur van het NICAM.

Onderzoeksvraag 2: Naleving van leeftijdsgrenzen

De tweede onderzoeksvraag betreft de naleving door de betrokken branches van de leeftijdsgrenzen zoals die met behulp van Kijkwijzer en PEGI worden vastgesteld. Bij de handhaving van deze leeftijdsgrenzen moet rekening worden gehouden met verschillende aanbieders, met twee doelgroepen (jongeren en ouders) en met twee activiteiten (verkoop/verhuur en advies). Om die reden is de naleving vanuit meerdere perspectieven onderzocht:

2a In hoeverre worden de leeftijdsclassificaties van Kijkwijzer en PEGI nageleefd wanneer jongeren proberen games, dvd's of bioscoopkaartjes te kopen/huren die bestemd zijn voor een hogere leeftijdscategorie?

Het onderzoek naar de naleving van de leeftijdsgrenzen bij de vertoning of verstrekking van een film of game aan jongeren verschilt per type aanbieder. In vier gevallen (bibliotheken, videotheken, bioscopen en winkels) is mysteryshopping de meest aangewezen methode, die onder andere in de context van de alcoholregelgeving zijn waarde heeft bewezen (Gosselt, Van Hoof, De Jong & Prinsen, 2007). Jongeren die nog niet voldeden aan de leeftijd van de classificaties op het product hebben geprobeerd bioscoopkaartjes, dvd's en games aan te schaffen (kopen en huren) tijdens 528 bezoeken aan de genoemde vier typen aanbieders van audiovisuele media. Dit mysteryshoponderzoek wordt behandeld in hoofdstuk 5.

Bij de televisieprogrammering is de naleving van Kijkwijzer door een andere branche relevant, namelijk de televisieomroepen (PEGI is niet van toepassing op televisieprogramma's):

2b Wat is de dekking (aard en omvang) en naleving van Kijkwijzer op televisie?

Om de naleving van Kijkwijzer op televisie in kaart te brengen is gebruikgemaakt van inhoudsanalytisch onderzoek. Alle uitzendingen van twaalf grote Nederlandstalige televisiezenders zijn gedurende een volledige televisieweek opgenomen en geanalyseerd op de aanwezigheid van Kijkwijzerpictogrammen en op naleving van de uitzendbepalingen van Kijkwijzer. Dit deelonderzoek komt aan bod in hoofdstuk 6.

Kijkwijzer en PEGI kunnen door verkopers niet alleen gebruikt worden om de inschatting te maken of de verkoop van audiovisuele producten geoorloofd is. Beide systemen kunnen ook hun waarde hebben voor de advisering aan ouders. Naar deze adviseringsfunctie is afzonderlijk onderzoek verricht.

2c *In hoeverre worden de leeftijdsclassificaties van Kijkwijzer en PEGI nageleefd wanneer ouders om advies vragen over games, dvd's of bioscoopkaartjes die bestemd zijn voor een hogere leeftijdscategorie dan die van hun kind?*

Om de naleving van leeftijdsgrenzen bij de advisering aan ouders te onderzoeken, is gebruikgemaakt van mysterycalls. De bibliotheken, videotheken, verkooppunten en bioscopen zijn op een ander moment dan het mysteryshoponderzoek telefonisch benaderd met een vraag van een bezorgde ouder. Dit mysterycallonderzoek wordt beschreven in hoofdstuk 7. Bij de onderzoeksvragen 2a en 2b wordt onderzocht in hoeverre verkopers zich feitelijk houden aan de regel geen audiovisuele producten aan jongeren te verkopen, verhuren of vertonen die daarvoor te jong zijn. Onderzoeksvraag 2c richt zich daarnaast op de houding van de branche ten opzichte van de beide systemen en de verantwoordelijkheidsopvatting van de branche.

Onderzoeksvraag 3: Redenen voor (niet-)naleving

De derde onderzoeksvraag richt zich op de kennis van de beide systemen, het draagvlak voor de systemen en de beweegredenen van verkoopmedewerkers om zich al dan niet aan de leeftijdsclassificaties te houden. Voor het goed functioneren van Kijkwijzer en PEGI is het van belang niet alleen te weten in hoeverre de branches zich houden aan de systemen, maar moet ook worden gekeken hoe verkoopmedewerkers zelf tegen de systemen aankijken. Op die manier wordt diagnostische informatie verkregen die van belang is om naleving van de leeftijdsclassificaties verder te bevorderen.

- 3a *Wat is de kennis (kennen) van de medewerkers van verkooppunten over Kijkwijzer en PEGI?*
- 3b *Wat is het draagvlak (willen) onder medewerkers van verkooppunten voor Kijkwijzer en PEGI?*
- 3c *Wat zijn redenen voor het (niet) naleven van leeftijdsgrenzen door de branche?*

Om deze vragen te beantwoorden is een schriftelijke vragenlijst afgenomen onder medewerkers van bibliotheken, videotheken, verkooppunten en bioscopen. Het vragenlijstonderzoek wordt behandeld in hoofdstuk 8.

Onderzoeksvraag 4: Ongewenste neveneffecten van de pictogrammen

De vierde onderzoeksvraag richt zich op de consumenten, en dan met name de jongeren. Centraal staat hier de vraag of er mogelijk een aantrekkende werking uitgaat van (hoge) leeftijdsclassificaties en waarschuwingspictogrammen van Kijkwijzer en PEGI. Hiervoor is de volgende onderzoeksvraag opgesteld:

4 *In hoeverre is er sprake van ongewenste neveneffecten van de leeftijdsclassificaties en waarschuwingspictogrammen onder jongeren?*

In een experiment (hoofdstuk 9) is onderzocht in hoeverre er een aantrekkelijke werking uitgaat van de pictogrammen. Jongeren kregen covers van dvd's en games te zien, waarbij de leeftijdsclassificaties en waarschuwingspictogrammen werden gemanipuleerd. Het onderzoek richtte zich op de aantrekkelijkheid van de dvd's en games.

3 Voorwaarden voor effectieve zelfregulering

Op basis van documentanalyse en literatuurstudie zal in dit hoofdstuk inzicht gegeven worden in het verschijnsel zelfregulering in het algemeen (paragraaf 3.1). In paragraaf 3.2 staan de voor- en nadelen van zelfregulering centraal. Een overzicht van voorwaarden voor effectieve zelfregulering volgt in paragraaf 3.3.

3.1 Het verschijnsel zelfregulering

Onder zelfregulering verstaan we de regulering van een maatschappelijke groep die ertoe dient door deze groep nagestreefde doelen te bereiken (Van Driel, 1989; De Vroom, 1989; Balkenende, 1992; Baarsma et al., 2003; Havinga, 2004). Met Black (2002) vatten we regulering op als de intentionele controle of ordening van gedrag. Bij regulering wordt gedrag dus door regels beperkt en gefaciliteerd. Een zelfreguleringsstelsel kan betrekking hebben op de gehele 'reguleringsketen' (het opstellen, uitvoeren en handhaven van regels) of op delen ervan.¹

In de private sector heeft zelfregulering een lange traditie. Denk bijvoorbeeld aan de gedragsregels van gilden en gedragscodes van artsen. Bij private zelfregulerende activiteiten is eigenbelang het belangrijkste motief. Daarbij gaat het niet alleen om winst maken, maar ook om het voorkomen van overheidsregulering en het bevorderen van de reputatie van de betreffende maatschappelijke groep (Van Driel, 1989). Zelfregulering kan vertrouwen kweken en klanten binden.

In de publieke sector is de aandacht voor zelfregulering de afgelopen dertig jaar sterk toegenomen. Belangrijke redenen daarvoor zijn discussies over falende handhaving van overheidsregulering en de kloof tussen het traditionele hiërarchische en centrale overheidsbeleid en nieuwe ontwikkelingen in de 'civil society' (Pierre & Peters, 2000). Het gebruik van zelfregulering moet tegelijkertijd leiden tot effectievere en efficiëntere waarborging van publieke belangen en tot meer handelingsvrijheid, verantwoordelijkheid en participatie van maatschappelijke groepen. In Nederland is het concept van zelfregulering in een vroeg stadium van het wetgevingsbeleid geïntroduceerd (Nota Zicht op Wetgeving, 1991; Dorbeck-Jung & Oude Vrielink, 2006). Dit concept is van groot belang gebleken in de reguleringsmodellen van het regeringsprogramma Bruikbare Rechtsorde (2004). Hetzelfde geldt voor het wetgevingsbeleid van de Europese Unie (Senden, 2005) en het nationale wetgevingsbeleid van de Europese lidstaten, de Verenigde Staten, Australië en Canada.

Vormen van zelfregulering kunnen op basis van diverse dimensies worden getypeerd. In deze studie ligt de focus op zelfregulering die ertoe dient publieke belangen te waarborgen. Om dit type zelfregulering verder in kaart te brengen, wordt uitgegaan van de *initiatiefnemer* van de zelf-

1 Zie ook Dorbeck-Jung, Oude Vrielink & Reussing (2006: 29) over de reguleringsketen.

regulerende activiteiten en de *mate van regulerende autonomie* van de betrokken groepen.

Initiatiefnemer

Zelfregulering door maatschappelijke groepen, zonder enige betrokkenheid van de overheid, wordt gekenmerkt als ‘zuivere zelfregulering’ (De Vroom, 1989; Van Driel, 1989) of ‘bottom-up zelfregulering’ (Stamhuis, 2004). Deze vorm van zelfregulering komt slechts zelden voor. Bij het waarborgen van publieke belangen komt zelfregulering in de regel tot stand naar aanleiding van overheidsinitiatieven. Dat is duidelijk het geval bij Kijkwijzer (zie paragraaf 1.2.1, totstandkoming en inrichting van Kijkwijzer). Bij PEGI ligt het echter genuanceerder. Hier heeft de Interactive Software Federation of Europe (ISFE) het initiatief tot zelfregulering genomen om (verdergaande) overheidsbemoediging te voorkomen.

Mate van regulerende autonomie

Het waarborgen van publieke belangen kan geheel of gedeeltelijk worden overgelaten aan de zelfregulering van maatschappelijke groepen. De eerste situatie wordt getypeerd als ‘vervangende zelfregulering’ (Geelhoed, 1993). In dit geval is de regulerende autonomie onbeperkt. In de tweede situatie is de overheid min of meer betrokken bij reguleringsactiviteiten. Hoe deze zelfregulering kan worden getypeerd, hangt ervan af of de overheid ‘top down’ condities stelt aan de private regulering (‘wettelijk geconditioneerde zelfregulering’) dan wel in samenwerking met de private partners reguleert (‘co-regulering’). Gezien de coöperatie tussen overheid en private organisaties kan Kijkwijzer worden beschouwd als een systeem van co-regulering, PEGI echter als een vorm van zuivere zelfregulering.

Wettelijk kader

Zowel Kijkwijzer als PEGI dient een publiek belang: het voorkomen dat jongeren geconfronteerd worden met films, tv-programma’s of games waarvan de inhoud voor hen ongeschikt en mogelijk schadelijk is. Dit publieke belang is ook verankerd in diverse internationale overeenkomsten en in nationale wetgeving. In de VN-Conventie over de Rechten van het Kind (1989), maar ook in de EU-richtlijn Audiovisuele Mediadiensten (2008, voorheen de EU-richtlijn Televisie zonder grenzen, 1989, 1997) en in aanbevelingen van de Raad van de Europese Unie (1998) worden nationale overheden aangesproken op hun plicht om de jeugd te behoeden voor de confrontatie met schadelijk beeldmateriaal. In de nationale wetgeving is dit tot uitdrukking gebracht in de artikelen 52d en 53 van de Mediawet (2000) en in artikel 240a van het Wetboek van Strafrecht (2000). Relevant is ten slotte artikel 7 van de Grondwet, dat de vrijheid van meningsuiting waarborgt. Met de Grondwetswijziging van 1983 is deze uitgebreid tot alle media. Vanaf dat moment strekt de vrijheid van meningsuiting zich uit tot de drukpers (lid 1), de radio en televisie (lid 2)

en tot het openbaren van gedachten of gevoelens door andere dan in de eerste twee leden genoemde middelen (lid 3). Er kunnen binnen artikel 7 drie regimes onderscheiden worden. Het meest vergaande regime is van toepassing op het geschreven woord. Hier wordt de vrijheid van meningsuiting louter begrensd door de zinsnede ‘behoudens ieders verantwoordelijkheid volgens de wet’. Voor de overige media (artikel 7 lid 2 en 3 Gw) geldt dat er weliswaar geen voorafgaand toezicht is op de inhoud, maar dat dit toezicht op andere aspecten – bijvoorbeeld op het tijdstip van uitzending en op de wijze van verspreiding – niet uitsluit.

Zowel in de Mediawet als in het Wetboek van Strafrecht worden dergelijke beperkingen opgelegd aan uitingen die op andere wijze verspreid worden dan via de drukpers. Steeds is de bescherming van minderjarigen hierbij het oogmerk. Uit dit wettelijk kader komt naar voren dat de vrijheid om audiovisuele producties te maken en te verspreiden zoveel mogelijk dient te worden beschermd, dat de mogelijke schadelijkheid van audiovisuele media dient te worden vastgesteld en dat kinderen tegen mogelijke schadelijke audiovisuele media moeten worden beschermd. De relevante wetteksten zijn opgenomen in bijlagen 2 en 3 van dit rapport.

Zelfreguleringsactiviteiten

Zelfreguleringsystemen bestaan uit een stelsel van zelfreguleringsactiviteiten. In aansluiting op de reguleringsketen zoals deze in de literatuur is beschreven (Dorbeck-Jung, Oude Vrielink & Reussing, 2006) bevat dit stelsel samenhangende reguleringsactiviteiten die gericht zijn op de normstelling, uitvoering (invoering en toepassing) en handhaving (toezicht en sanctionering²) van regels. Zo bevatten zowel Kijkwijzer als PEGI onder meer regels voor de classificatie van audiovisuele media (normstelling), voor de voorlichting aan het publiek (uitvoering) en de klachtenafhandeling en sanctionering (handhaving).

Een belangrijk kenmerk van (zelf)reguleringsystemen is dat zij in de regel een gelaagde structuur hebben. Zelfreguleringsactiviteiten worden op verschillende reguleringsniveaus door verschillende actoren uitgevoerd. Betrokkenen zijn daarbij onder andere koepelorganisaties, brancheorganisaties, het management van bedrijven en de ‘werkvloer’. In de gelaagde structuur rondom Kijkwijzer en PEGI gelden bijvoorbeeld het NICAM respectievelijk de ISFE als de koepelorganisatie en vormen de mediaproductanten en distributeurs evenals de verkooppunten de werkvloer. Wanneer de systematiek van de zelfreguleringsketen wordt toegepast op Kijkwijzer en PEGI in het algemeen, levert dit het volgende beeld op. Allereerst zijn er de activiteiten op het niveau van de koepelorganisaties (respectievelijk het NICAM en de ISFE). Beide organisaties hebben clas-

2 In het onderhavige onderzoek vatten we de klachtenafhandeling op als handhavende activiteit (vergelijk tabel van 11). Bij Kijkwijzer en PEGI dient het klachtensysteem mede ter ondersteuning van de handhaving.

sificatiesystemen ontwikkeld (normstelling). Andere activiteiten van de koepelorganisaties zijn het bevorderen van aansluiting door de media-producenten, distributeurs en aanbieders (uitvoering), het uitvoeren van onderzoek en het afhandelen van binnenkomende klachten (handhaving). Activiteiten op het niveau van de 'werkvloer' zijn het deelnemen in het algemeen bestuur van de koepelorganisatie (normstelling), het plaatsen van de pictogrammen waar nodig, het voorlichten van consumenten en het naleven van het verkoopverbod van als schadelijk geclassificeerde audiovisuele media en games aan jeugdige consumenten (alle drie *voorbeelden* van uitvoering).

3.2 Voor- en nadelen van zelfregulering

Aan de basis van de keuze tussen zelfregulering en wetgeving staat de vraag welk handhavingsbeleid het beste ingezet kan worden om naleving van de norm (in dit geval de bescherming van jongeren) te verwezenlijken. Drie afwegingen zijn hierbij relevant.

Ten eerste is effectief handhavingsbeleid gebaat bij een mix van enerzijds afschrikking (*deterrence*) en anderzijds stimulerende maatregelen zodat burgers en bedrijven zich uit eigen beweging aan de wet houden (*compliance*). In welke mate voor het een of het ander gekozen wordt, is afhankelijk van de zaak waar het om draait. Sommigen zijn meer gevoelig voor stimulerende maatregelen en anderen kunnen alleen met ingrijpen via het strafrecht tot de orde geroepen worden. Te veel nadruk op stimulerende maatregelen kan ertoe leiden dat de strafrechtelijke handhaving niet meer serieus genomen wordt. Te veel inzetten op afschrikking kan er aan de andere kant toe leiden dat men op allerlei manieren tracht de handhaving te ontlopen (Boek & Visser, 2005).

Effectief handhavingsbeleid maakt ten tweede een afweging tussen principe en pragmatisme. Aan sommige handhavingsdoelen zit een duidelijk principiële kant, zoals bij de bescherming van minderjarigen het geval is. Gedragsbeïnvloeding daarentegen is doorgaans meer gebaat bij een pragmatische aanpak, die gestoeld is op maatwerk. Het probleem van maatwerk, bijvoorbeeld bij de keuze om de handhaving van artikel 240a van het Wetboek van Strafrecht te concentreren op specifieke branches, is dat het op gespannen voet kan staan met het gelijkheidsbeginsel.

Een derde afweging die bij een effectief handhavingsbeleid aan de orde is, betreft de keuze tussen de inzet van overheid of de zogenoemde 'nevenheid'. De afgelopen jaren is de roep om stevig handhaven door de overheid steeds sterker geworden (SCP, 2004). Tegelijkertijd wordt de wens uitgesproken dat de samenleving (de nevenheid) meer verantwoordelijkheid neemt voor het bijdragen aan een oplossing van maatschappelijke problemen. De afweging tussen (meer) inzet van de overheid of van de nevenheid hangt net als die tussen *deterrence* en *compliance* af van de specifieke

problematiek en de inschatting in welke mate deze beide leiden tot betere naleving van de regels (Boek & Visser, 2005).

Bij de keuze van de handhavingsstrategie voor de bescherming van jongeren tegen schadelijk beeldmateriaal moeten de voor- en nadelen van zelfregulering in overweging worden genomen. Op grond van een vergelijking tussen zelfregulering en wetgeving worden in de literatuur verschillende voor- en nadelen van zelfregulering besproken³ (Van Driel, 1989; Eijlander, 1993; Gunningham & Grabovskyl, 1998; Baarsma et al., 2003; Trubeck, Cottrell & Nance, 2006; Dorbeck-Jung & Van Amerom, 2007). Deze worden hieronder kort besproken.

Voordelen van zelfregulering ten opzichte van wetgeving

- Zelfregulering wordt door de zelfregulerende groep eerder nageleefd dan wetgeving. Reden hiervoor is dat maatschappelijke groepen de regels accepteren die zij mede hebben opgesteld. Naleving geschiedt omdat men ingestemd heeft en de regels als ‘eigen’ ervaart.
- Maatschappelijke groepen kunnen effectiever reguleren vanwege de specifieke reguleringskennis waarover zij beschikken. Effectieve normstelling, uitvoering en handhaving vereist specifieke expertise van het beleidsterrein. Voor de wetgever is het soms onmogelijk of kost het meer moeite zich deze kennis eigen te maken.
- Zelfregulering bespaart reguleringskosten. Bij zelfregulering draagt de maatschappelijke groep in de regel de kosten voor normstelling, uitvoering en handhaving. Reguleringskosten verschuiven van de overheid naar het maatschappelijke veld.
- Zelfregulering biedt meer ruimte voor flexibele interpretatie en aanpassing van regels. Bij zelfregulering liggen de regelgevingprocedures en interpretatieregels minder vast dan bij wetgeving. Daardoor kunnen regelgeving en interpretatie sneller worden aangepast aan nieuwe inzichten. Ook wordt gesteld dat zelfregulering in de regel sneller tot stand komt dan wetgeving (vanwege het ontbreken van langdurige democratische besluitvormingsprocedures).
- Zelfregulering is effectiever vanwege de ruimte voor diversiteit. Zelfregulering kan meer rekening houden met specifieke omstandigheden van het maatschappelijke veld. Er kan op specifieke weerstanden tegen regelgeving worden geanticipeerd en er kan worden ingegaan op specifieke reguleringsbehoeften. Wetgeving is gebonden aan uniformiteit en abstractie.

³ Nogmaals dient opgemerkt te worden dat er sprake is van zuivere zelfregulering bij PEGI en co-regulering bij Kijkwijzer. Aangezien deze vormen vergelijkbaar zijn, worden de voor- en nadelen van zelfregulering ten opzichte van wetgeving die bekend zijn vanuit de literatuur toegepast op zowel zelfregulering als co-regulering.

Nadelen van zelfregulering ten opzichte van wetgeving

- Zelfregulering is minder effectief vanwege het gebrek aan effectieve handhaving. Zelfreguleringsregels zijn vaak moeilijk af te dwingen. De sanctionering is in de regel niet openbaar en de sancties zijn licht.
- Zelfregulering biedt minder zekerheid. Anders dan wetgeving is zelfregulering niet gebonden aan een vaste en formele procedure. Er bestaat geen plicht om wijzigingen van regels openbaar te maken.
- Zelfregulering gaat gepaard met hogere reguleringskosten. De flexibiliteit van zelfregulering lokt continue aanpassing en verandering van regels uit. Continue verandering leidt tot hogere reguleringskosten. Bij wetgeving is minder verandering mogelijk.
- De sociale legitimatie van zelfregulering is geringer. Zelfregulering wordt in de samenleving minder aanvaard, omdat niet de democratische procedure is doorlopen en er geen rechterlijke bescherming wordt geboden. Vaak zijn regels en procedures niet transparant. Zelfregulering kan worden ervaren als gebrek aan daadkracht van de overheid.⁴

Voor de keuze tussen wetgeving en zelfregulering is van groot belang dat niet alle voor- en nadelen per definitie optreden (Baarsma et al., 2003: 18). De relevantie van bepaalde voor- en nadelen hangt af van de specifieke sociale en economische context (Gunningham et al., 1998). Bij een combinatie van wetgeving en zelfregulering (zoals in het geval van Kijkwijzer) is het bovendien in theorie mogelijk de voordelen van zelfregulering ten opzichte van wetgeving te behouden en tegelijk de nadelen te ondervangen.

3.3 Voorwaarden voor effectieve zelfregulering

Gelet op de afbakening richt dit onderzoek zich met name op de naleving van de leeftijdsgrenzen aan het einde van de distributieketen, de handhaving, de reikwijdte en het draagvlak. Hierna worden de volgens de literatuur relevante factoren besproken. Deze factoren en de parameters die daaruit voortkomen, dienen als basis voor de analyse van sterke en zwakke punten van de reguleringsystemen van Kijkwijzer en PEGI in het volgende hoofdstuk.

3.3.1 Voorwaarden voor effectieve naleving op de verkooppunten

Volgens de literatuur spelen bij de naleving van zelfreguleringsregels soortgelijke invloedsfactoren een rol als bij de naleving van rechtsregels. Daarnaast zijn er echter ook specifieke condities. De naleving van regels

4 Braithwaite (1993) omschrijft dit als volgt: 'Self-regulation is frequently an attempt to deceive the public into believing in the responsibility of an irresponsible industry. Sometimes it is a strategy to give the government an excuse for not doing its job.'

hangt af van de kennis (kennen), de capaciteit (kunnen) en de motivatie (willen) van de uitvoerende actoren (Havinga, 2004). Of verkopers *kennis* hebben van hun controleplicht, hangt ervan af of zij voldoende zijn voorgelicht. Dit hangt op zijn beurt af van de vraag in hoeverre de verantwoordelijke ondernemers op de hoogte zijn van hun instructieplicht. De *capaciteit* om na te leven wordt bepaald door de middelen waarover een verkoper beschikt en het beslag dat de naleving op deze middelen legt. De *motivatie* om na te leven wordt bij co- en zelfregulering door een groot aantal factoren bepaald. Dit zijn: de relatie tussen eigenbelang en publiek belang, het belang van de ondernemer bij niet-naleving, de organisatie van de branche, de effectiviteit van de handhaving, de opstelling van het bedrijf tegenover regels en de betrokkenheid bij de vormgeving van de zelfregulering.

Op basis van de literatuur worden de volgende voorwaarden geformuleerd die de naleving van de leeftijdsclassificaties van Kijkwijzer en PEGI kunnen conditioneren (Havinga, 2004; Gunningham & Grabovsky, 1998; Dorbeck-Jung et al., 2006):

- 1 *Kennis van de relevante regels*
Zonder kennis van de wet (artikel 240a van het Wetboek van Strafrecht en artikelen 52d en 53 van de Mediawet), zonder kennis van Kijkwijzer en PEGI en zonder instructie van het personeel is bewuste naleving niet mogelijk.
- 2 *Overeenstemming tussen publiek en privaat belang*
Uit nationaal en internationaal onderzoek over de werking van zelfregulering op het gebied van milieu en voedselveiligheid blijkt dat zelfregulering zonder veel overheidsbemoeienis alléén in 'win-win'-situaties effectief is (Gunningham & Grabovsky, 1998; Havinga, 2004). Een voorbeeld is zelfregulering die ertoe dient energie te besparen; dit is zowel in het bedrijfsbelang als in het publieke belang.
- 3 *Opstelling als normgetrouwe en maatschappelijk verantwoorde ondernemers*
Uit nalevingsonderzoek blijkt dat de opstelling van de uitvoerende actoren tegenover de regels van groot belang is (Kagan & Scholz, 1984). Bij een normgetrouwe opstelling zijn ondernemers eerder geneigd zelfreguleringsregels na te leven dan bij een economisch calculerende houding. Bij een normgetrouwe opstelling achten ondernemers zich gebonden aan rechtsstatelijke regels als zij deze als redelijk ervaren. Zij vinden dat ze een maatschappelijke verantwoordelijkheid hebben. Bij een primair economisch calculerende opstelling leven zij de regels alléén na als dit aanzienlijke voordelen oplevert. Bij deze ondernemers zal zelfregulering slechts werken indien er sprake is van duidelijk voordeel of als er een hoog risico wordt verwacht bij niet-naleving.

4 *Positieve ervaring met naleving*

Indien de leiding positief reageert op de naleving van de leeftijds-grenzen van verkopers, zal dit hun nalevingsbereidheid stimuleren. Omgekeerd zullen negatieve ervaringen (onbegrip of afkeuring) de nalevingsbereidheid verminderen.

3.3.2 *Voorwaarden voor effectieve handhaving*

Zoals in paragraaf 3.1 is aangegeven, bestaan de handhavingssystemen van Kijkwijzer en PEGI uit diverse activiteiten van toezicht, sanctionering en klachtenbehandeling. Dit onderzoek concentreert zich op de handhaving van de leeftijds-grenzen bij de verkooppunten en het klachtensysteem. Gelet op de afbakening van het onderzoek richten we ons bij de handhaving op de verkooppunten op het toezicht op en de evaluatie van de verkoopactiviteiten.

1 *Effectiviteit van klachtensystemen*

Volgens de literatuur zijn de toegankelijkheid van de klachtenprocedure, passende communicatie naar de klant/consument, de duur van de procedure, kenmerken van de klachten- en beroepscommissie en de controle op de naleving van de klachtenprocedure de belangrijkste parameters voor de effectiviteit van een klachtensysteem (Kneppers, 2005). De *toegankelijkheid van de klachtenprocedure* wordt met name bepaald door de investering in tijd en geld die met het indienen van een klacht gemoeid is. Dergelijke investeringen werpen immers een drempel op om een klacht in te dienen; hoe hoger de investering, hoe hoger de drempel. De *communicatie over de klachtenprocedure* naar de klant/consument is ook een essentiële voorwaarde voor de effectiviteit van een klachtensysteem. Daarbij is van belang dat de hele procedure op begrijpelijke wijze openbaar is gemaakt, waartoe ook de publicatie van uitspraken van klachten- en beroepscommissies in toegankelijke media wordt gerekend. Bij de *duur* van de procedure gaat het om een snelle behandeling van klachten en snelle uitspraken. *Kenmerken van de klachten- en beroepscommissies* betreffen de samenstelling ervan (onafhankelijkheid, geen belangenverstrengeling), de openbaarheid van het zittingen, hoor- en wederhoor. Bij de *controle op de naleving* is het van belang hoeveel klachten daadwerkelijk in behandeling worden genomen en uiteindelijk gegrond worden verklaard.

2 *Effectiviteit van interne handhaving van de regelgeving*

Het door het ministerie van Justitie ontwikkelde instrument 'De Tafel van Elf' analyseert de nalevingskansen van wet- en regelgeving volgens een methodiek die in samenwerking met het Expertisecentrum Rechtspleging

en Rechtshandhaving (ERR) kan worden uitgevoerd.⁵ ‘De Tafel van Elf’ onderscheidt elf dimensies die met elkaar bepalend zijn voor de mate van naleving van wet- en regelgeving. Er worden twee groepen dimensies onderscheiden: spontane nalevingsdimensies en handhavingsdimensies. Handhaving wordt in ‘De Tafel van Elf’ omschreven als alle activiteiten die erop gericht zijn de naleving van wet- en regelgeving te bevorderen. De handhavingsdimensies zijn die activiteiten die doelbewust zijn ontwikkeld om de naleving van Kijkwijzer en PEGI door het personeel van de verkooppunten te bevorderen. In ‘De Tafel van Elf’ gaat het om aspecten als frequentie van controles, pakkans, sanctiekans en hoogte van de sanctie.

3 Effectiviteit van het sanctiesysteem

Onder de handhavingsdimensies die bij ‘De Tafel van Elf’ de bepalende factoren voor de naleving vormen, worden ook twee dimensies onderscheiden die ingaan op de effectiviteit van het sanctiesysteem: *de kans op sancties* en *de ernst van sancties*. Deze parameters zijn ook voor Kijkwijzer en PEGI van belang. Hoe groot de kans is dat een verkooppunt bestraft wordt en wat vervolgens de hoogte is van deze sanctie, bepalen het belang van de verkooppunten om de regels na te leven.

3.3.3 Reikwijdte

Met reikwijdte wordt bedoeld op het aantal organisaties van het totale aantal dat bij het NICAM en PEGI is aangesloten. Dit aspect is van belang omdat een situatie waarin een aantal producenten, distributeurs en aanbieders van audiovisuele producten aan het einde van de distributieketen niet toetreedt tot het NICAM of PEGI het goede functioneren van deze reguleringssystemen kan ondermijnen. Waarom zouden goedwillende bedrijven zich dan nog wel aansluiten? Een goede reikwijdte is dus een belangrijke voorwaarde. Een verplichtend karakter van Kijkwijzer is echter niet zomaar mogelijk. Zoals beschreven in het rapport ‘Wijzer Kijken’ van de commissie Jeugd, Geweld en Media (2005) is het immers aannemelijk dat dit de status van het NICAM als stichting zou aantasten. Het huidige systeem van co-regulering zou dan volgens de deskundigen een ‘eufemisme’ worden voor wat eigenlijk gedwongen zelfregulering is. Mogelijk zou het NICAM dan zelfs als zelfstandig bestuursorgaan moeten worden aangemerkt en dat zou weer problemen opleveren met betrekking tot de vrijheid van meningsuiting (artikel 7 Grondwet); het is de overheid namelijk niet toegestaan vooraf toezicht te houden op programma’s. In de Nieuwsbrief voor Kijkwijzercodeurs van juni 2006 wordt verhelderd dat het NICAM tegenwoordig de strategie hanteert om winkelketens en andere verkooppunten aan te sporen slechts nog dvd’s en video’s in te kopen bij

5 ‘De Tafel van Elf, een veelzijdig instrument’, Expertisecentrum Rechtspleging en Rechtshandhaving, 2005.

aangesloten producenten en distributeurs. Een sterke lotsverbondenheid binnen de branche en een homogene markt beïnvloeden de haalbaarheid van deze strategie.

3.3.4 Dekking

Met betrekking tot een succesvolle co- en zelfregulering via Kijkwijzer en PEGI is ook de dekking een belangrijk aspect. Dekking betekent hier het aandeel van de audiovisuele mediaproducties waaraan een pictogram is toegekend op basis van de classificatiesystemen van Kijkwijzer en PEGI. De geloofwaardigheid van beide systemen is hier in het geding. Dit is een van de redenen waarom bijvoorbeeld nieuwe media zoals mobiele telefonie en internet worden onderzocht op toepasselijkheid voor Kijkwijzer (voor games is PEGI-Online geïntroduceerd). Ook worden tegenwoordig muziekclips geclassificeerd. In dit onderzoek wordt de dekking van Kijkwijzer en PEGI beperkt tot de relatieve aantallen televisieprogramma's, dvd's, games, bioscoopfilms en trailers die worden geclassificeerd ten opzichte van het totaal.

Deel 2

Resultaten deelstudies

4 Kijkwijzer en PEGI

In dit hoofdstuk wordt de eerste onderzoeksvraag beantwoord. Daarbij gaat het om een analyse van sterke en zwakke punten van de co- respectievelijk zelfreguleringsystemen Kijkwijzer en PEGI met betrekking tot de reikwijdte, de dekking en de handhaving. Allereerst worden de systemen Kijkwijzer (paragraaf 4.1) en PEGI (paragraaf 4.2) beschreven en geanalyseerd. De beschrijving en analyse zijn het resultaat van documentanalyse, aangevuld met interviews met betrokken actoren. Per systeem worden eerst de doelen, doelgroepen, normadressaten, rol van de branches en de reikwijdte en dekking besproken. Daarna volgt een beschrijving van de inrichting van beide reguleringsketens naar aanleiding van de activiteiten die gericht zijn op de *normstelling*, *uitvoering* (invoering en toepassing) en *handhaving* (toezicht en sanctionering) van regels. Dit hoofdstuk eindigt met de analyse en conclusies in paragraaf 4.3.

4.1 Beschrijving en analyse van Kijkwijzer

In deze paragraaf wordt het systeem Kijkwijzer beschreven en geanalyseerd. Bevindingen op basis van documentanalyse worden hierbij ondersteund door bevindingen uit de gehouden interviews. Met betrekking tot Kijkwijzer zijn interviews gehouden met elf respondenten, te weten: de directeur van het NICAM, twee juridisch medewerkers van het NICAM-bureau en verschillende leden van het Algemeen Bestuur van het NICAM: namelijk vertegenwoordigers van de Nederlandse Vereniging van Filmdistributeurs (NVF), de Nederlandse Vereniging van Bioscoopexploitanten (NVB), de Nederlandse Vereniging van Producenten en Importeurs van beeld- en geluidsdragers (NVPI), de Nederlandse Video Detaillisten Organisatie (NVDO), de Nederlandse Vereniging van Grammofoonplaten Detailhandelaren (NVGD), de Nederlandse Publieke Omroep (NPO) en de Nederlandse Commerciële Omroepen (Vestra). Daarnaast heeft een interview plaatsgevonden met een vertegenwoordiger uit het netwerk rondom bibliotheken, namelijk de Vereniging van Openbare Bibliotheken (VOB). Dit laatste netwerk heeft geen vertegenwoordiging in het Algemeen Bestuur van het NICAM.

4.1.1 Doelen, doelgroepen en normadressaten, rol van de branches

Onderzoek naar het functioneren van een co-reguleringsstelsel vereist een beschrijving van de relevante doelen, de doelgroep(en) en de normadressaten. Effectiviteit wordt immers gedefinieerd als de mate waarin de beleidsdoelen dankzij de middelen worden bereikt.

Doelen Kijkwijzer

Bij de introductie van een systeem van co-regulering stond het kabinet als doel voor ogen ‘dat elk audiovisueel product onder verantwoordelijkheid van de branche die het desbetreffende product in eerste instantie op de markt brengt, wordt geclassificeerd met als criterium de mogelijke schadelijkheid voor vertoning aan jeugdigen’ (Kamerstukken II, 1999-2000, 26 841, nr. 3). In de statuten van het NICAM is dit in artikel 3.1 verwoord als:

‘Het bevorderen dat audiovisuele producten door de audiovisuele branche zelf door middel van classificeren worden voorzien van informatie over hun mogelijke schadelijkheid voor jeugdigen, alsmede het verrichten van alle verdere handelingen die met het vorenstaande in de ruimste zin verband houden of daartoe bevorderlijk kunnen zijn.’ Volgens artikel 3.2c tracht het NICAM haar doel onder meer te bereiken door ‘het operationaliseren van productinformatie per branche – in samenwerking met de betrokken branche – en de algemene voorlichting’.

Het classificeren van audiovisuele media is een eerste stap in de bescherming van jongeren tegen schadelijk beeldmateriaal. Bij een *daadwerkelijke* bescherming van de jeugd spelen meerdere partijen een rol. Enerzijds kan Kijkwijzer fungeren als informatie voor ouders over de mogelijke schadelijkheid van audiovisuele producten voor hun kinderen. Uit de handleiding en verantwoording van Kijkwijzer blijkt dat het NICAM deze taak nadrukkelijk voor ogen heeft. ‘Uitgangspunt van Kijkwijzer: consumenteninformatie’, meldt de titel van hoofdstuk 1. Anderzijds fungeert Kijkwijzer als informatie voor de aanbieders van audiovisuele media, opdat zij geen schadelijk beeldmateriaal verstekken, aanbieden of vertonen aan een minderjarige jonger dan 16 jaar. Dit laatste is van belang voor de naleving van (inter)nationale bepalingen, zoals de VN-Conventie over de Rechten van het Kind, de EU-richtlijn Audiovisuele Mediadiensten, artikel 52d van de Mediawet en artikel 240a van het Wetboek van Strafrecht.

Doelgroepen en normadressaten Kijkwijzer

Jongeren gelden als de primaire doelgroep van Kijkwijzer. Zij dienen volgens internationale en nationale wetgeving beschermd te worden tegen beeldmateriaal dat op hen een schadelijke uitwerking kan hebben. Ouders en leraren kunnen als secundaire doelgroep worden beschouwd. De classificatie biedt hun de mogelijkheid zich ervan te verzekeren dat hun kinderen en leerlingen geen ongeschikt beeldmateriaal krijgen aangeboden. Op deze wijze beschikken zij over een instrument om kinderen te beschermen. Beide groepen worden in de statuten en reglementen van het NICAM niet als doelgroep geëxpliciteerd.

De statuten en reglementen richten zich tot de aanbieders van audiovisuele media. Dit zijn de primaire normadressaten. De aanbieders zijn: televi-

sieomroepen, bioscopen, videotheken, warenhuizen, speelgoedwinkels, cd/dvd-winkels en bibliotheken. Andere normadressaten zijn de brancheorganisaties, het Algemeen Bestuur en Bureau van het NICAM, de Wetenschapscommissie, de Klachtencommissie en de Commissie van Beroep. Belangrijk hierbij is dat de toepassing van de regels kan verschillen per type aanbieder.

Rol van de branches

Met betrekking tot de uiteindelijke verantwoordelijkheid voor de naleving van de leeftijdsgrenzen op het transactiemoment bestaat een essentieel verschil tussen de televisieomroepen en de overige aanbieders. Voor de televisieomroepen zijn de regels grotendeels vastgelegd in het Deelreglement Televisie van het NICAM en is slechts de uitvoering hiervan de rol van de televisieomroepen zelf. Dit in tegenstelling tot de overige organisaties zoals bibliotheken, bioscopen, videotheken, muziekwinkels, warenhuizen en winkels. In de deelreglementen Dvd/Videofilm en Filmwerk wordt de verantwoordelijkheid volledig bij de ondernemer zelf gelegd, onder vermelding van volledige toepassing van artikel 240a van het Wetboek van Strafrecht. De ondernemers bepalen hierbij zelf de regels die tijdens het transactiemoment moeten worden toegepast om te voldoen aan dit artikel. De brancheorganisaties en het NICAM hebben slechts een faciliterende rol in de zin dat zij worden geacht de ondernemers van voldoende informatie en materialen te voorzien.

In de interviews is aan de branchevertegenwoordigers gevraagd welke rol zij voor zichzelf zien weggelegd. Alle vertegenwoordigers zeggen de eigen branche te informeren naar aanleiding van de actualiteiten. Deze functie heeft met name bij de introductie van Kijkwijzer een grote rol gespeeld bij de informatieverspreiding en kennismaking van de branche met Kijkwijzer. De verdere invulling van deze informerende rol verschilt vervolgens per branche. De NPO en Vestra fungeren bijvoorbeeld als een platform om actuele problemen die zich voordoen op te kunnen lossen. Andere brancheorganisaties, zoals de filmdistributeurs (NVF) en de producenten (NVPI), behartigen ook de belangen van hun leden wanneer het NICAM hen 'aanklaagt' of hun een sanctie oplegt. De brancheorganisaties van de bioscopen (NVB), videotheken (NVDO) en muziekwinkels (NVGD) informeren wel en ondersteunen waar ze kunnen, maar ondernemen geen verdere activiteiten. De informatievoorziening binnen de branches geschiedt voornamelijk naar aanleiding van incidenten (bijvoorbeeld na de constatering van het NICAM dat prijsstickers door ondernemers over de Kijkwijzerpictogrammen worden geplakt) en is niet structureel. Bovendien wordt het voorlichtingsmateriaal zelden tot nooit nabesteld door ondernemers. Eén vertegenwoordiger geeft daarnaast aan dat ondernemers in de praktijk worden overspoeld met kassastickers, kassabordjes en displays en dat daardoor de kans aanwezig is dat voorlichtingsmateriaal (ook van het NICAM) in de prullenbak verdwijnt. De geïnterview-

den zijn het erover eens dat verkooppunten zelf de grootste rol (moeten) vervullen bij het bevorderen van de naleving. De ondernemers bepalen zelf op welke manier ze hieraan invulling geven.

4.1.2 *Reikwijdte en dekking van Kijkwijzer*

Met de reikwijdte van Kijkwijzer wordt het aantal aangesloten producenten, distributeurs en omroepen (publiek en commercieel) bedoeld. De dekking van Kijkwijzer geeft het aantal aangebrachte classificaties aan.

Reikwijdte Kijkwijzer

Tabel 1 geeft een overzicht van het aantal aangesloten organisaties en bedrijven bij het NICAM. De gegevens zijn afkomstig uit het meest recente jaarverslag van NICAM (2006).

Tabel 1 Aangesloten organisaties en bedrijven bij het NICAM per 31 december 2006

Branche	Via NFC	Niet NVF-leden	Via NVPI	Niet NVPI-leden	Via NVDO	Via NVGD	Alg. commerc. omroepen	Bijz. commerc. omroepen	Via publieke omroep	Via OLON*	Via ROOS**	Via Vestra
Bioscoopexploitanten (leden NVB/ANF)	234											
Filmdistributeurs	19	4										
Videodistributeurs			19	22								
Interactief distributeurs			26									
Videotheken					610							
Deaillisten						978						
Omroepen							17	12	24	299	13	4
Totaal: 2.281	253	4	45	22	610	978	17	12	24	299	13	4

* OLON staat voor Organisatie van Lokale Omroepen in Nederland.

** ROOS staat voor Stichting Regionale Omroep Overleg en Samenwerking.

In de diverse interviews stellen de vertegenwoordigers van de NVDO (videotheken) en de NVGD (platenzaken en muziekhandelaars) met betrekking tot de deaillisten vast dat naar schatting respectievelijk ongeveer 80% en 90% hiervan is aangesloten bij het NICAM middels het lidmaatschap van de brancheorganisaties. Van de 800 videotheken in Nederland zijn er ongeveer 610 bij de NVDO aangesloten. De overige 190 zijn noch lid van de NVDO, noch van het NICAM. Volgens de vertegenwoordiger van de NVGD zijn ongeveer 370 winkeliers bij de NVGD aangesloten die in totaal 978 winkels bezitten. Hieronder vallen boeken-

winkels (die de verkoop van dvd's uitsluitend als extra service bieden), verhuur- en verkoopwinkels, gespecialiseerde zaken zoals gospelwinkels, maar ook entertainmentgiganten als Dixons, Dynabite, Free Recordshop en Music Store. Wat betreft de niet-aangeslotenen (de overige 20% en 10%) is aansluiting voor hen volgens de vertegenwoordigers onhaalbaar. Deze detaillisten geven als redenen aan dat de lidmaatschapsgelden voor hen niet zijn op te brengen of dat zij persoonlijke bezwaren hebben tegen aansluiting bij koepelorganisaties en hun onafhankelijkheid willen behouden. Daarnaast zijn er volgens de geïnterviewde vertegenwoordigers detaillisten die 'simpelweg nergens gehoor aan geven'. Als reden voor de hoge reikwijdte noemt de vertegenwoordiger van het NVGD onder andere het feit dat indien een ondernemer geschenkbonnen wil kunnen verkopen via de winkel, dit alleen mogelijk is wanneer de ondernemer lid is van het NVGD (en daarmee dus automatisch is aangesloten bij het NICAM).

Het deel van de audiovisuele markt waaronder winkelketens en warenhuizen vallen, is niet rechtstreeks aangesloten bij het NICAM. Vooralsnog is het onmogelijk om alle winkeliers die audiovisuele media in hun assortiment hebben opgenomen, te bereiken, aldus een vertegenwoordiger van het NICAM. De grote spelers worden wel actief en succesvol door het NICAM benaderd. Zo zijn er convenanten gesloten met Bart Smit, Bijenkorf, Blokker, Free Record Shop, Hermans Group, Intertoys, Kruidvat, Media Markt, Music Store, Sligro, Trekpleister, Van Leest en V&D. Deze convenanten bevatten onder meer de afspraak dat de Kijkwijzerregels een onderdeel vormen van de handleidingsdocumenten voor het winkelpersoneel. Het bereiken van de kleine winkeliers wordt volgens het NICAM wel gerealiseerd; omdat de meeste producenten en distributeurs zijn aangesloten bij het NICAM. In deze winkels is dan ook het merendeel van de producten geclassificeerd en wordt door de distributeurs aan de winkeliers de nodige informatie verstrekt via de websites, nieuwsbrieven, face-to-face gesprekken met de vertegenwoordigers en dergelijke.

Met betrekking tot de bioscoopexploitanten en filmhuizen wordt volgens de vertegenwoordiger van het NVB 100% reikwijdte gerealiseerd. Dit onder meer omdat de NVB de enige organisatie is die doeknummers mag toekennen. Het verkrijgen van een doeknummer is vervolgens een voorwaarde om films te mogen inkopen bij producenten en distributeurs. Volgens de vertegenwoordiger van de NVB zijn er in totaal 130 bioscopen en filmhuizen geregistreerd met in totaal 690 doeken.

Ook bij de publieke en commerciële televisieomroepen die zijn aangesloten bij de NPO en Vestra wordt 100% aansluiting gerealiseerd. De Mediawet is de voornaamste voorziening die de aansluiting in de hand werkt. Niet-aangeslotenen hebben geen rechten om programmaonderdelen die voor jongeren schadelijk kunnen zijn (programma's met leeftijdsclassificatie), uit te zenden. Dit kan volgens artikel 52d van de Mediawet alleen wanneer de omroep is aangesloten bij een erkende organisatie (in casu het NICAM) en gebonden is aan de regels en het toezicht daarop van die

erkende organisatie met betrekking tot het uitzenden van programmaonderdelen die voor jongeren onder de 16 jaar schadelijk kunnen zijn. Momenteel zijn 53 nationale en internationale televisieomroepen bij het NICAM aangesloten. Volgens de geïnterviewde betrokkenen van het NICAM evenals van de brancheorganisaties betekent dit een dekking van 100%. Bij de commerciële omroepen kan de adverteerder ook een rol spelen. Zo geeft een vertegenwoordiger van Vestra aan dat adverteerders, net als de zender zelf, zoveel mogelijk willen voorkomen dat kijkers geconfronteerd worden met beelden die ze achteraf liever niet hadden gezien. De achterliggende gedachte is dat op deze wijze 'kijkers weggejaagd kunnen worden'.

Met de Nederlandse aanbieders van mobiele telefonie (KPN, Orange, Telfort, T-Mobile en Vodafone) zijn afspraken gemaakt. Onderdeel daarvan is de oprichting van een eigen, van Kijkwijzer afgeleid systeem, dat zich voornamelijk richt op erotische inhoud. Momenteel wordt door de Europese Commissie een framework met aanbevelingen ontwikkeld dat de mobiele operators moet motiveren om volgende stappen te ondernemen. Ten aanzien van het internet worden op internationaal niveau gesprekken gevoerd.

Volgens vertegenwoordigers van het NICAM leiden bovenstaande aantallen tot een reikwijdte van 95% onder producenten en distributeurs. De overige 5% betreft voornamelijk retailers.

Voor- en nadelen van aansluiting bij het NICAM

In de gehouden interviews is aan de diverse vertegenwoordigers van de brancheorganisaties gevraagd wat de voor- en nadelen zijn voor de diverse leden van de branche van aansluiting bij het NICAM. Een voordeel dat wordt genoemd is de objectiviteit van het Kijkwijzersysteem. De wetenschappelijke basis waarop de classificatie is gestoeld, heeft de voorkeur boven de subjectieve keuring zoals dit het geval was ten tijde van de filmkeuring. Ook de enorme toename van het aantal geclassificeerde producties (dekking) wordt als voordeel aangemerkt. Hierdoor is de classificatie nu makkelijker in het productieproces te integreren. Veel van de branchevertegenwoordigers geven aan achter het systeem Kijkwijzer te staan. Met Kijkwijzer kunnen ouders geïnformeerd worden over de mogelijke schadelijkheid van audiovisuele producten. Nadeel van aansluiting is volgens de brancheorganisaties met name de kans op sanctionering. Het maken van fouten kan erg kostbaar blijken. Het risico berust tegenwoordig bij de ondernemers zelf. Wanneer er sprake is van recidive, neemt de hoogte van de boetes bovendien aanzienlijk toe. Tussen 2004 en 2006 zijn er sancties opgelegd variërend van een waarschuwing of een boete van 1.000 euro tot 12.000 euro. In 2004 is een boete van 12.000 euro één keer opgelegd, in 2005 één keer en in 2006 was dat vier keer het geval. Eén geïnterviewde stelt daarbij dat er een afschrikwekkend effect uitgaat van de als hoog ervaren sancties. Het geeft het belang van naleving aan. Een ander nadeel

dat wordt genoemd is het feit dat het individuele belang van een bepaalde sector ondergesneeuwd kan raken in het collectief. Bij het opstellen van regels zou hiervoor aandacht moeten zijn.

Dekking Kijkwijzer

Elk jaarverslag van het NICAM publiceert het aantal aangebrachte classificaties in het betreffende jaar. In tabel 2 staan deze gegevens samengevat.

Tabel 2 Aantal Kijkwijzerclassificaties per jaar

	2002	2003	2004	2005	2006
Televisie	2.757	1.541	1.331	1.537	1.060
Film	760	693	709	665	530
Dvd/video	689	470	582	838	727
Totaal	4.206	2.704	2.622	3.040	2.317

In de interviews stellen vertegenwoordigers van het NICAM vast dat de hierboven genoemde aangesloten producenten en distributeurs (95%) verantwoordelijk zijn voor naar schatting 97% van alle totale audiovisuele producties in Nederland. In tabel 2 is voor 2006 een daling zichtbaar in het aantal producties dat wordt geclassificeerd. In het jaarverslag 2006 stelt het NICAM hierover: 'In vergelijking met vorig jaar is in alle branches minder geclassificeerd, met name bij televisie. Er kunnen verscheidene redenen zijn voor deze afname. Mogelijk zijn er minder dvd- en filmtitels uitgebracht. Voor televisie geldt dat programma's met een "alle leeftijden"-aanduiding niet geclassificeerd hoeven te worden. Als gevolg hiervan is het mogelijk dat het aantal programma's met een "alle leeftijden"-classificatie is toegenomen. Het is ook mogelijk dat het aantal seriematige programmatitels is toegenomen; voor een serie geldt namelijk dat slechts één classificatie wordt opgenomen. De precieze oorzaak voor de daling is nog niet duidelijk. In het verleden hebben zich wel vaker schommelingen voorgedaan; afgewacht dient te worden hoe het beeld in 2007 is.'

4.1.3 Inrichting van de zelfreguleringsketen Kijkwijzer

In deze paragraaf komt de reguleringsketen aan bod zoals die door het NICAM ten aanzien van Kijkwijzer wordt ingevuld. De inrichting van het systeem van zelfregulering ten aanzien van de audiovisuele branche waarin de *normstelling*, de *uitvoering* en de *handhaving* van Kijkwijzer centraal staan, de bijbehorende zelfreguleringsactiviteiten en de verantwoordelijke actoren, zijn te zien in tabel 3.

Tabel 3 **Systeem van zelfregulering**

Schakel van de reguleringsketen	Zelfreguleringsactiviteit	Verantwoordelijke
Normstelling (paragraaf 4.1.3.1)	Classificering	Algemeen Bestuur
Uitvoering (paragraaf 4.1.3.2)	Codering	Distributeurs en producenten
	Plaatsing van pictogrammen	Distributeurs en producenten
	Voorlichting	NICAM/Brancheorg./Verkooppunten
	Controle leeftijden bij verkoop	Verkooppunten
Handhaving (paragraaf 4.1.3.3)	Interne kwaliteitsbewaking	NICAM-bureau
	Codeurtesten	Wetenschapscommissie
	Klachtenstelsel	Publiek
	Sanctionering	Klachtencommissie en Commissie van Beroep
	Controle op de naleving	Overheid/Verkooppunten

4.1.3.1 Normstelling

De normstelling die door het NICAM wordt uitgevoerd, heeft met name betrekking op de classificering die de grondslag van Kijkwijzer is. In overleg met de wetenschapscommissie en de adviescommissie bepaalt het Algemeen Bestuur van het NICAM welke beelden vanaf welke leeftijden geschikt kunnen worden geacht. Statutair is vastgesteld dat vertegenwoordigers van de brancheorganisaties onder leiding van een onafhankelijke voorzitter samen het Algemeen Bestuur vormen (artikel 5 lid 3). Zij worden ondersteund door de wetenschapscommissie die uitsluitend bestaat uit wetenschappers die zijn gespecialiseerd in 'kind en media' en 'media en geweld' en de adviescommissie bestaande uit deskundigen op het terrein van media, jeugd, onderwijs en welzijn, vertegenwoordigers van ouderorganisaties en overige maatschappelijke organisaties.

Tijdens de documentanalyse is een majeure wijziging in de Deelreglementen Filmwerk en het Deelreglement Dvd/Videofilm aan het licht gekomen, die in 2006 is doorgevoerd. Daarnaast zijn dat jaar enkele wijzigingen in de statuten en het Algemeen Reglement aangebracht. Wanneer de betreffende deelreglementen uit 2004 met die van 2006 vergeleken worden, valt een aantal verschillen op ten aanzien van de voorwaarden waaraan de bioscoopexploitanten en verkooppunten moeten voldoen (zie box 2). Zo moesten detaillisten volgens het deelreglement uit 2004 zich houden aan de volgende regels:

- Medewerkers moesten worden geïnstrueerd en erop toezien dat er geen videofilms en dvd's werden verkocht, verhuurd of uitgeleend aan personen voor wie deze op grond van de leeftijds aanduiding niet zijn bestemd.

- Ze moesten een verhuurregistratiesysteem voeren in overeenstemming met de Wet Persoonsregistratie, waarin de geboortedatum van de huurder was opgenomen.
- In geval van twijfel over de leeftijd van de koper moesten ze om legitimatie vragen; indien de koper daaraan niet kon of wilde voldoen, mocht de videofilm en/of dvd volgens het deelreglement uit 2001 niet aan de consument worden meegegeven.
- Ze moesten beschikken over voldoende door het NICAM opgestelde informatie over het classificatiesysteem, zodat dit desgevraagd aan klanten ter hand kon worden gesteld.

Voor de bioscoopexploitanten golden behalve de hierboven genoemde bepalingen ook aanvullende regels ten aanzien van de communicatie over Kijkwijzer, namelijk:

- De pictogrammen die betrekking hadden op de films die in de bioscoop werden vertoond, dienden op een duidelijk zichtbare wijze aangebracht te worden voordat het publiek de kassa had gepasseerd.
- De bioscoopexploitant moest ervoor zorgen dat de Kijkwijzerpictogrammen van films die in zijn bioscoop vertoond zouden worden, verwerkt waren in filmadders en andere aankondigingen van filmvoorstellingen in dag-, week- en maandbladen.
- De bioscoopexploitant diende ervoor te zorgen dat de leeftijdsclassificatie van de trailer niet hoger zou zijn dan de leeftijdsclassificatie van de vertoonde film.

Bij de wijziging van de deelreglementen in mei 2006 zijn de meeste verplichtingen geschrapt. Zowel bioscoopexploitanten als detaillisten dienen volgens het deelreglement 2006 alleen nog te voldoen aan de verplichting om te beschikken over voldoende door het NICAM en de brancheorganisaties opgestelde informatie over Kijkwijzer, zodat dit desgevraagd aan de klant ter hand kan worden gesteld, en het personeel te informeren over de Kijkwijzer. Daarnaast dienen bioscoopexploitanten ervoor te zorgen dat de leeftijdsclassificatie van de trailer niet hoger is dan de leeftijdsclassificatie van de vertoonde film. Wel is daarbij overigens, op verzoek van het ministerie van Justitie, in een voetnoot artikel 240a van het Wetboek van Strafrecht opgenomen (Ministerie van Justitie, kenmerk 5299269/04/6; NICAM Bestuursbesluit, 13 april 2006). In het jaarverslag 2005 staat op pagina 16: 'Het ministerie van Justitie hanteert een bredere interpretatie van art. 240a dan alleen een wettelijke verplichting beneden de 16 jaar grens. Ook 6 en 12 jaar moeten volgens het ministerie wettelijk gehandhaafd worden. [...] Voor videotheekhouders en detaillisten heeft het tot gevolg dat ze zich strafbaar maken als ze dvd's, video's en games verkopen of verhuren aan iemand die jonger is dan de leeftijd die op de verpakking staat.' Over de strikter gescheiden verantwoordelijkheden voor

verkopers, bioscoopexploitanten en het NICAM staat niets in de jaarverslagen vermeld.

Uit het interview met een vertegenwoordiger van het NICAM blijkt dat de reglementswijzigingen van 2006 een gevolg zijn van de ervaring die men in de afgelopen jaren heeft opgebouwd. Sinds de oprichting van Kijkwijzer in 2001 zijn diverse annexen op de reglementen ontwikkeld, die via de wijzigingen in de reglementen zijn opgenomen. Volgens de NICAM-vertegenwoordiger is een bijkomende reden voor wijziging van de deelreglementen dat deze nu beter aansluiten bij de dagelijkse praktijk. Dezelfde vertegenwoordiger van het NICAM stelt dat het Algemeen Bestuur tot de wijzigingen heeft besloten. Toen de aangepaste reglementen in concept gereed waren, zijn deze zowel aan het ministerie van Justitie als aan het ministerie van OCW voorgelegd. Het ministerie van Justitie heeft stelling genomen tegen deze wijziging. Het ministerie van OCW is (informeel) akkoord gegaan.

4.1.3.2 Uitvoering

De uitvoering bestaat in de keten van zelfregulering uit twee onderdelen, namelijk de invoering (de codering) en de toepassing (de plaatsing van de pictogrammen, de voorlichting en de controle van de leeftijden bij de verkoop).

Codering

De codering van audiovisuele producties gebeurt door codeurs die in dienst zijn van mediaproductanten en distributeurs, die daarbij gebruikmaken van de codeurssite die toegang geeft tot het classificatiesysteem (www.codeurs.kijkwijzer.nl). Voordat zij daadwerkelijk classificaties mogen toekennen, moeten de codeurs een training hebben gevolgd (artikel 13.2 van het Algemeen Reglement). Naast de codering valt ook de vermelding van de corresponderende pictogrammen bij oplevering van audiovisuele producties, zoals voorgeschreven in artikel 2 t/m 10 van het Algemeen Reglement van het NICAM, onder de fase van invoering. Volgens artikel 2 van het Deelreglement Filmwerk is de filmdistributeur verantwoordelijk voor de vorm en inhoud van zijn filmwerk, trailers en commercials. Dvd/videodistributeurs zijn volgens artikel 2 van het Deelreglement Dvd/Videofilm verantwoordelijk voor de vorm en inhoud van hun dvd's, videofilms, trailers en commercials.

Plaatsing van pictogrammen

Wanneer de producten zijn voorzien van leeftijds- en waarschuwingspictogrammen, zijn de televisieomroepen en de verkooppunten verantwoordelijk voor de toepassing van de regels in het co-reguleringsstelsel van Kijkwijzer. Zoals vastgelegd in artikel 2 van het Deelreglement Televisie bepaalt de omroeporganisatie de vorm en inhoud van haar programmering en is zij verantwoordelijk voor hetgeen in haar zendtijd wordt

Box 2 Vergelijking NICAM-deelreglementen uit 2004 en 2006 voor de videobranche

Deelreglement Kijkwijzer regels voor de videobranche (november 2004)

15. De detaillist zal zijn medewerkers instrueren en erop toezien dat er geen video films en DVD's worden verkocht, verhuurd of uitgeleend aan personen voor wie deze op grond van de leeftijdsaanduiding niet zijn bestemd. Volledigheidshalve wordt verwezen naar artikel 240a van het voorstel van wet houdende wijziging van het Wetboek van Strafrecht, dat zegt *dat met gevangenisstraf van ten hoogste een jaar of een geldboete van de vierde categorie (€ 11.363) wordt gestraft hij die een afbeelding, een voorwerp of een gegevensdrager, bevattende een afbeelding waarvan de vertoning schadelijk is te achten voor personen beneden de leeftijd van 16 jaar verstrekt, aanbiedt of vertoont aan een minderjarige van wie hij weet of redelijkerwijs moet vermoeden dat deze jonger is dan zestien jaar.*

16. De verhuurders van videofilms en dvd's zal een verhuurregistratiesysteem voeren in overeenstemming met de Wet Persoonsregistratie, waarin de geboortedatum van de huurder is opgenomen.

17. De verkoper van videofilms en dvd's zal in geval van twijfel over de leeftijd van de koper, deze om legitimatie vragen. Indien de koper daaraan niet kan of wil voldoen, zal de videofilm en/of de dvd niet aan hem worden geleverd.

18. De aansprakelijkheid voor de detaillist met betrekking tot de verstrekking van videofilms of dvd's aan minderjarigen vervalt als er sprake is van een overmacht-situatie, zoals dwang of fysieke bedreiging. Hij zal zijn personeel dienovereenkomstig instrueren.

19. De detaillist dient te beschikken over voldoende door het NICAM opgestelde informatie over het classificatiesysteem, zodat dit desgevraagd aan de klanten ter hand kan worden gesteld.

Deelreglement Dvd/videofilm (mei 2006), ***

9.1 De detaillist/bibliotheek zal ervoor zorgdragen dat zijn/haar personeel geïnformeerd is over Kijkwijzer.

9.2 De detaillist/bibliotheek dient te beschikken over voldoende door het NICAM en door de NVDO, NVGD en VOB opgestelde informatie omtrent Kijkwijzer, zodat dit desgevraagd aan bezoekers van de videotheek/winkel/bibliotheek ter hand kan worden gesteld.

* Artikel 240a Wetboek van Strafrecht: Met gevangenisstraf van ten hoogste een jaar of geldboete van de vierde categorie wordt gestraft hij die een afbeelding, een voorwerp of een gegevensdrager, bevattende een afbeelding waarvan de vertoning schadelijk is te achten voor personen beneden de leeftijd van zestien jaar, verstrekt, aanbiedt of vertoont aan een minderjarige van wie hij weet of redelijkerwijs moet vermoeden, dat deze jonger is dan zestien jaar. Het Ministerie van Justitie geeft aan dat dit artikel ook van toepassing is op de overige leeftijdsclassificaties, zes jaar en twaalf jaar, van Kijkwijzer.

** Vergelijkbare wijzigingen voor wat betreft het Deelreglement Filmwerk. Het Deelreglement Filmwerk is afgeleid van de oorspronkelijke Kijkwijzer regels voor het filmbedrijf.

uitgezonden. De pictogrammen dienen direct voorafgaand of aan het begin van de uitzending te worden getoond en te worden geplaatst op teletekstopagina 282, op de website van de televisiezender (indien de omroep daarover beschikt) en in de overige (elektronische) programmagidsen en teletekstdiensten. Daarnaast worden de pictogrammen bij persberichten meeverzonden naar televisiegidsen en kranten (voor dag- en weekbladen en overige programmagidsen en teletekstdiensten geldt conform artikel 12.3 en 12.4 alleen een inspanningsverplichting). Een vertegenwoordiger van de NPO (Publieke Omroep) geeft in het interview aan dat de televisieomroepen hun programma's, inclusief de toegekende classificatie, aanleveren bij de eindregie. De classificatie wordt vervolgens opgenomen in de draai- en logboeken. De pictogrammen worden op basis van deze boeken volgens een eerder vastgesteld format opgenomen in de uitzending. Het format waarin de pictogrammen aan het publiek worden getoond, is de verantwoordelijkheid van de marketing- en communicatieafdeling. Deze afdeling houdt zich namelijk bezig met de 'net-styling' van de verschillende omroepen. Bij de televisieomroepen is de uitvoering van de Kijkwijzerregels hiermee grotendeels geautomatiseerd en gestandaardiseerd. Een vertegenwoordiger van Vestra geeft overigens in het interview wel aan dat het soms voorkomt dat een programma (te) laat wordt aangeleverd, waardoor het aanbrenge van de classificatie niet meer lukt.

Voorlichting

De overheid, het NICAM en de brancheorganisatie besteden aandacht aan een goede communicatie- en informatiestrategie. De Kijkwijzerpubliekscampagnes met televisiespots, de mediawijsheid-programma's, de diverse websites, posters, folders en brochures en ook de nieuwsbrieven van de brancheorganisaties aan hun leden zijn belangrijke instrumenten die geregeld (afhankelijk van de beschikbare middelen) worden ingezet. Op het niveau van de individuele ondernemers is volgens artikel 6.1 de bioscoopexploitant, met inachtneming van artikel 240 van het Wetboek van Strafrecht, verantwoordelijk voor het goed informeren van zijn personeel over Kijkwijzer. Hetzelfde geldt op basis van artikel 9.1 van het Deelreglement Dvd/Videofilm voor verkooppunten, videotheken en bibliotheken. Klanten zouden geïnformeerd moeten worden door middel van kassastickers en informatieborden in de verkooppunten.

Controle leeftijden bij verkoop

Een ander aspect van de uitvoering betreft de controle van leeftijden bij de verkoop/verhuur van audiovisuele producten tijdens het zogenoemde transactiemoment. Er blijken echter nauwelijks activiteiten te zijn ontwikkeld die deze controle regelen of kunnen stimuleren. Uit de verschillende interviews komt naar voren dat de audiovisuele branche sterk overtuigd is van de adviserende rol die Kijkwijzer kan vervullen en dat wordt getwijfeld aan de haalbaarheid van een verplichtend karakter. Zo laat de tele-

visie volgens diverse respondenten geen strikte controle toe, omdat in de huiskamer wordt besloten wat wel en wat niet wordt bekeken. Er wordt door deze respondenten overigens wel voorbijgegaan aan de uitzendbepalingen voor de televisie: programmaonderdelen met classificatie 12 jaar mogen niet voor 20.00 uur worden uitgezonden en programmaonderdelen met classificatie 16 jaar mogen niet voor 22.00 uur worden uitgezonden.

4.1.3.3 Handhaving

De handhaving met betrekking tot Kijkwijzer is vormgegeven met behulp van interne kwaliteitsbewaking, codeurstesten, het klachtensysteem, de sanctionering en de controle op naleving.

Interne kwaliteitsbewaking

Een tweede onderdeel van de normstelling ten aanzien van Kijkwijzer zijn de regelmatige onderzoeken die het NICAM-bureau voor het Commissariaat van de Media uitvoert ten behoeve van de interne kwaliteitsbewaking. Het klachtensysteem wordt daarin onderzocht op aantallen en afhandeling. Ook de reikwijdte en de dekking van het systeem worden in deze onderzoeken gemonitord, evenals de kennis over Kijkwijzer onder het publiek. Het NICAM Bureau doet dit steekproefsgewijs.

Codeurstesten

Het NICAM voert jaarlijks onderzoek uit naar de codeurspraktijk. Intercodeursbetrouwbaarheidstesten geven inzicht in de mate van overeenstemming tussen de verschillende codeurs. Daarnaast bieden de tests informatie over die onderdelen van de classificatievragenlijst die mogelijk een struikelblok vormen voor codeurs, zodat hier tijdens de codeurstrainingen extra aandacht aan besteed kan worden door het NICAM.

Klachtensysteem

Het klachtensysteem van Kijkwijzer is vastgelegd in het klachtenreglement van het NICAM. Op basis van artikel 1 lid 1 van het klachtenreglement is gesteld dat tegen een aangeslotene een klacht kan worden ingediend door een ieder die meent dat het bepaalde in één of meer artikelen in de statuten en/of reglementen is overtreden. De eerste afhandeling van een inkomende klacht vindt, op basis van artikel 1.1 en 3 van het klachtenreglement, plaats door het NICAM-bureau. Hiervoor heeft het NICAM drie parttime juridisch medewerkers in dienst. Deze medewerkers behandelen alle binnengekomen klachten en beoordelen aan de hand van de NICAM-reglementen en het classificatieformulier of een klacht terecht is en moet worden doorverwezen naar de Klachtencommissie voor inhoudelijke behandeling. In ongeveer 90% van de gevallen is de reactie van de juridisch medewerkers echter al afdoende voor de klagers. Bij elke reactie door de juridisch medewerkers wordt in e-mailverkeer melding gemaakt van de mogelijkheid de klacht alsnog voor te leggen aan de Klachtencommissie ('Indien u zich niet kunt

vinden in dit antwoord, bestaat de mogelijkheid uw klacht voor te leggen aan de Klachtencommissie van het NICAM. De Klachtencommissie is onafhankelijk en handelt los van het oordeel van het bureau. Indien u uw klacht zou willen voorleggen, dient u dit binnen een week aan ons door te geven'). De overige 10% betreft de gevallen waarin de juridisch medewerker twijfelt of wanneer een klacht terugkomt. Deze worden altijd doorgestuurd naar de Klachtencommissie.

De tweede stap in de klachtafhandeling betreft op basis van artikel 5 het al dan niet in behandeling nemen van de klacht door de Klachtencommissie, hetgeen door de voorzitter wordt bepaald. Wanneer de klacht in behandeling wordt genomen, krijgt de beklagde, conform lid 2 van artikel 5, bericht en start een periode van drie weken waarin de beklagde een verweerschrift kan indienen (deze periode kan overigens op basis van een gemotiveerd verzoek met nog eens drie weken verlengd worden).

De derde stap in de klachtenprocedure betreft de daadwerkelijke zitting waarop de klacht wordt behandeld en aanklager en beklagde de kans krijgen om klacht, respectievelijk, verweer toe te lichten. Van deze standaardprocedure kan echter op basis van artikel 10 lid 6 worden afgeweken, indien geen van beide partijen behoefte heeft aan mondelinge toelichting. Op basis van artikel 9 van het klachtenreglement bepaalt de voorzitter van de Klachtencommissie de dag en het tijdstip van de zitting. Hierbij kan de aanklager tot een week voor de zitting reageren op het verweerschrift van de beklagde. De zitting is volgens artikel 10 lid 3 van het klachtenreglement openbaar, tenzij door de voorzitter, meestal op verzoek van één van beide partijen, anders is bepaald.

Nadat de klacht al dan niet ter zitting is behandeld, doet de Klachtencommissie binnen vier weken uitspraak op basis van artikel 11 lid 1 van het klachtenreglement, waarbij eventueel uitstel mogelijk is onder voorwaarde dat de partijen hiervan op de hoogte worden gesteld. De Klachtencommissie kan op basis van artikel 12 lid 1 de volgende uitspraken doen:

- de klacht niet-ontvankelijk verklaren (procedurefouten);
- de klacht geheel ongegrond verklaren;
- de klacht deels gegrond verklaren en voor dat deel tot een oordeel komen;
- de klacht geheel gegrond verklaren en tot een oordeel komen.

Klachten met betrekking tot onjuiste classificaties en verkeerde uitzendingtijden worden in behandeling genomen. Incidenten met betrekking tot de verkoop van audiovisueel materiaal aan minderjarigen zijn niet vatbaar voor een klacht (en worden niet in behandeling genomen). Ook eventuele klachten van ouders over toelating of niet-toelating tot een bepaalde film met hun kinderen, worden door de Klachtencommissie niet in behandeling genomen. De klager kan, indien het kind geconfronteerd wordt met schadelijk beeldmateriaal, alleen nog aangifte doen op basis van artikel 240a van het Wetboek van Strafrecht. Immers het verbinden van conse-

quenties van de leeftijdsclassificaties aan het verkoop- en verhuurbeleid is niet meer opgenomen in de reglementen. Daarmee is er ook geen ruimte voor 'de bij overtreding van regels op te leggen sancties' (Tweede Kamer, vergaderjaar 1999-2000, 26 841, nr. 3).

Sanctionering

De Klachtencommissie kan op basis van artikel 12 lid 2 in geval van een (deels) gegrond verklaarde klacht overgaan tot oplegging van één of meerdere (financiële) sancties. Voor de hoogte en bepaling van deze sanctie(s) maakt men gebruik van dezelfde richtlijn als het Commissariaat voor de Media. De maximale sanctie volgens het klachtenreglement is 135.000 euro (artikel 13.1.c). In bijlage 5 zijn de relevante artikelen uit deze Sanctierichtlijn van het Commissariaat voor de Media opgenomen. Uit de jaarverslagen van het NICAM kan het volgende overzicht van het totaal aantal ingediende klachten worden gedistilleerd (tabellen 4 en 5).

Tabel 4 Ingediende klachten bij de Klachtencommissie van het NICAM

	2003	2004	2005	2006
Televisie	219	269	176	215
Bioscoopfilms en/of bioscopen	130	128	50	71
Dvd's/videofilms en/of videotheken	56	100	41	53
Anders	48	20	26	37
Totaal	453	517	293	376
In behandeling genomen klachten	53	50	29	43
Gegrond verklaarde klachten	43	38	22	32

In 2004 heeft de Klachtencommissie over 50 klachten uitspraak gedaan; een kleine 10% van het totaal ontvangen klachten (NICAM, 2005). In 2003 was het aantal uitspraken iets hoger, namelijk 53 (bijna 12% van de klachten). De meeste uitspraken, namelijk 29, gingen in 2004 over televisieprogramma's; in drie gevallen betrof het bioscoopfilms. De overige 18 klachten gingen over een dvd of video. De Klachtencommissie heeft in 2004 in totaal 38 klachten gegrond en elf klachten ongegrond verklaard. In één geval bleek de klager niet-ontvankelijk, omdat de klacht niet was ingediend binnen de in het Klachtenreglement gestelde termijn van twee weken. In 2005 heeft de Klachtencommissie over 29 klachten uitspraak gedaan (22 over televisie, twee over bioscoopfilms, vijf over dvd's/video's). Dat is, net als in 2004, een kleine 10% van alle ontvangen klachten (NICAM, 2006). De Klachtencommissie verklaarde 22 klachten gegrond en één deels gegrond. Vijf klachten, allemaal met betrekking tot televisie, zijn ongegrond verklaard. In één geval bleek de klager niet-ontvankelijk. De Klachtencommissie heeft in 2006 43 klachten behandeld (30 over televisie, drie over bioscoopfilms en tien over dvd/video); dit was 11% van het

totale aantal ontvangen klachten (NICAM, 2007). De Klachtencommissie verklaarde 32 klachten gegrond en tien klachten ongegrond. In één geval bleek de klager niet-ontvankelijk.

Tabel 5 Ingediende klachten bij de Commissie van Beroep van het NICAM

	2003	2004	2005	2006
Televisie		3	8	5
Bioscoopfilms en/of bioscopen		5	0	1
Dvd's/videofilms en/of videotheken		0	1	2
Anders		0	0	0
Totaal	5	8	9	8
In behandeling genomen klachten	5	8	9	7
Gegrond verklaarde klachten	5	5	1	5

Zoals in hoofdstuk 3 aan de orde is gekomen, is de effectiviteit van een klachtensysteem afhankelijk van (1) de toegankelijkheid van de procedure, (2) de communicatie over de klachtenprocedure naar de klant/consument, (3) de duur van de procedure, (4) de kenmerken van de Klachtencommissie en (5) de mate waarin de klachten gegrond worden verklaard (Kneppers, 2005). Op basis van interviews met leden van de Klachtencommissie wordt het functioneren van de klachtenprocedure van Kijkwijzer op deze punten beoordeeld.

– *De toegankelijkheid van de procedure*

De toegankelijkheid van de klachtenprocedure wordt met name bepaald door de investering in tijd en geld die met het indienen van een klacht gemoeid is. Aan de Kijkwijzer-klachtenprocedure zijn geen kosten verbonden. De enige voorwaarde is dat de klacht schriftelijk, dat wil zeggen via e-mail of per brief, moet worden ingediend. Telefonische vragen worden wel behandeld door de medewerkers, maar voordat een klacht wordt voorgelegd aan de Klachtencommissie moet deze door de klager op schrift worden gesteld. Klagers hoeven niet te verschijnen tijdens de zitting, maar worden hiervoor wel uitgenodigd (gemaakte onkosten worden niet vergoed). In de interviews geeft een vertegenwoordiger van het NVF aan dat klachten soms niet worden voorgelegd aan de Klachtencommissie, omdat ze anoniem worden ingediend. Volgens de geïnterviewde hebben klagers blijkbaar niet altijd zin om een hele procedure te starten, waardoor ze al in een vroeg stadium afhaken.

– *De communicatie over de klachtenprocedure naar de klant/consument*

Met betrekking tot de communicatie over de klachtenprocedure naar de klant/consument is het van belang of de gehele procedure op begrijp-

pelijke wijze openbaar is gemaakt, waartoe ook de publicatie van uitspraken van klachten- en beroepscommissies in toegankelijke media wordt gerekend. De Kijkwijzer-klachtenprocedure is weergegeven op de NICAM-website en is te vinden via een link op de homepage. Het klachtenformulier kan tevens besteld worden via een brief of telefoonnummer. Het klachtenformulier lijkt vervolgens redelijk eenvoudig in te vullen. Op de website worden de volgende voorbeelden van klachten opgesomd:

- Een televisieprogramma of film heeft een classificatie die afwijkt van wat men redelijkerwijs zou mogen verwachten.
- Een omroep zendt een televisieprogramma of film uit op een ander tijdstip dan volgens de classificatie zou mogen (12 jaar na 20.00 uur, 16 jaar na 22.00 uur).
- In het voorprogramma van een film met de classificatie Alle Leeftijden wordt een promotietrailer vertoond die niet is bedoeld voor kinderen van Alle Leeftijden.
- De Kijkwijzerpictogrammen zijn niet of niet correct vermeld in televisiegidsen.
- Op de hoes van een video of dvd staat een verkeerde classificatie vermeld.

Op de website van Kijkwijzer en in de jaarverslagen is de klachtenprocedure te vinden. De website van Kijkwijzer (www.kijkwijzer.nl) wordt op uiteenlopende communicatiemiddelen vermeld, zoals in televisiecommercials van Kijkwijzer, op covers van dvd's naast de pictogrammen en op folders en posters. Op de Kijkwijzer-teletekstpagina 282 staat geen specifieke informatie over de klachtenprocedure. Of de branche op het werkvloerniveau (bioscoopmedewerkers en detailisten) en consumenten (ouders en jongeren) bekend zijn met de klachtenprocedure kan men bij het NICAM niet bevestigen (interview met vertegenwoordiger van NICAM). De uitspraken van de Klachtencommissie en de Commissie van Beroep worden doorgestuurd aan het Algemeen Bestuur van het NICAM, de beklaagde en de klager en worden gecommuniceerd in de kwaliteitsrapportages ten behoeve van het Commissariaat voor de Media. Daarnaast worden ze geanonimiseerd op de website van Kijkwijzer gepubliceerd en in de jaarverslagen genoemd. Het Commissariaat voor de Media krijgt een afschrift van iedere klachtafhandeling.

- *De duur van de procedure*
De juridisch medewerkers van het NICAM-bureau en de directeur van het NICAM geven in de interviews aan dat men te allen tijde probeert om alle klachten binnen een week van een reactie te voorzien. Wanneer een klacht wordt doorgestuurd naar de Klachtencommissie, neemt de gehele procedure gemiddeld twee maanden in beslag (van

klacht tot en met uitspraak). Dit is een aanzienlijke verbetering ten opzichte van 2004, toen de procedure nog vier maanden in beslag nam. Ook bestaat sinds 2004 de mogelijkheid om een spoedprocedure aan te vragen waarbij men een behandelingsduur van twee weken nastreeft, maar een aanvraag hiertoe is sindsdien slechts één keer ingediend.

– *De kenmerken van de Klachtencommissie*

Met betrekking tot de kenmerken van de Klachtencommissie zijn de samenstelling ervan (onafhankelijkheid, geen belangenverstrengeling), de openbaarheid van de zittingen, hoor en wederhoor van belang. De onafhankelijkheid van de leden van zowel de Klachtencommissie als de Commissie van Beroep is statutair verankerd. De leden worden doorgaans aangedragen door de leden van het Algemeen Bestuur van het NICAM. De Klachtencommissie bestaat uit communicatiewetenschappers en praktiserende juristen die lid zijn van de advocatenorde. Daarnaast ondertekenen de leden bij hun eerste aantreding een verklaring waarmee hun onafhankelijkheid nog eens extra wordt gewaarborgd. De opvolging van vertrekkende leden gebeurt op basis van coöptatie.

In principe zijn alle zittingen van de Klachtencommissie openbaar. Er kan echter een verzoek ingediend worden door de klager of beklagde om de zitting besloten te houden. Een dergelijk verzoek zal doorgaans gehonoreerd worden. Volgens artikel 10.3 besluit de voorzitter alleen tot behandeling achter gesloten deuren 'indien zwaarwichtige redenen zich tegen een openbare behandeling verzetten'.

In de procedure zijn de gebruiken van hoor en wederhoor verankerd. Beklaagden maken hier doorgaans gebruik van. De klagers uit 'het publiek' zijn doorgaans echter niet aanwezig bij de zittingen.

– *De mate waarin de klachten gegrond worden verklaard*

Zoals uit de tabellen 4 en 5 is af te lezen, wordt ongeveer driekwart van de klachten die door de Klachtencommissie in behandeling wordt genomen (de eerdergenoemde 10% van alle binnengekomen klachten), gegrond verklaard. Dit percentage ligt lager bij de uitspraken bij de Commissie van Beroep. De uitspraken van de Commissie van Beroep zijn verschillend van aard. Sommige klachten worden terugverwezen naar de Klachtencommissie, een enkele wordt vernietigd en van ongeveer de helft wordt de sanctie enigszins verlaagd. Ongeveer een derde van de sancties wordt bevestigd.

Controle op de naleving

Uit documentanalyse komt naar voren dat er met betrekking tot de controle op de naleving verschillende activiteiten zijn ontplooid in alle drie de schakels van de keten (normstelling, uitvoering en handhaving). In tabel 6 volgt een overzicht van de strafzaken met betrekking tot artikel 240a van het

Wetboek van Strafrecht in de periode 1999-2006. Deze tabel geeft het totale aantal strafzaken weer, het aantal strafzaken dat is behandeld door het OM en het aantal strafzaken dat is afgedaan door de rechter. Uit een eerste analyse die door het ministerie van Justitie is uitgevoerd, blijkt dat deze zaken vooral betrekking hebben op de verstrekking van zedengerelateerde beelden aan minderjarigen. De plaats van dit wetsartikel in de zedenparagraaf van het Wetboek van Strafrecht kan hier mede debet aan zijn.

Tabel 6 Strafzaken met betrekking tot artikel 240a WvSr, 1999-2006

Strafzaken m.b.t. Sr 240a ingeschreven bij parketten, exclusief overdrachten tussen parketten								
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Totaal ingeschreven zaken bij parketten	22	17	16	36	31	21	21	25
Strafzaken m.b.t. Sr 240a afgedaan door het OM (incl. beslissing dagvaarding)								
Soort afdoening	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Dagvaarding	8	9	13	10	20	19	17	26
Waarvan								
dagvaarding voor Sr 240A	7	7	9	7	16	15	15	20
sepot Sr 240A, dagv. voor ander feit	1	2	4	3	4	4	2	6
Transactie	-	1	-	4	2	1	-	2
Sepot	11	4	5	12	6	7	6	1
Voeging bij andere strafzaak	2	2	2	2	3	1	-	-
Overdracht buitenland	-	1	-	-	-	-	-	-
Totaal afgedaan door het OM	21	17	20	28	31	28	23	29
Strafzaken met dagvaarding voor Sr 240a afgedaan door rechter (1e aanleg)								
Soort uitspraak	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Schuldigverklaring	7	8	8	7	11	20	11	3
Waarvan								
voor Sr 240A	6	8	7	6	10	19	10	2
voor ander feit	1	-	1	1	1	1	1	1
Andere uitspraak dan schuldigverklaring	1	1	3	-	-	1	-	-
Voeging ter zitting	-	-	-	-	-	1	-	-
Totaal afgedaan door de rechter (1e aanleg)	8	9	11	7	11	22	11	3

Bron: OMDATA, april 2007

4.2 Beschrijving en analyse van PEGI

In deze paragraaf wordt het systeem PEGI beschreven en geanalyseerd. Bevindingen op basis van documentanalyse worden hierbij gecombineerd met bevindingen op basis van de gehouden interviews. Voor wat betreft de analyse van PEGI zijn interviews gehouden met vijf respondenten, te weten: een vertegenwoordiger van de ISFE, een vertegenwoordiger van de PEGI Advisory Board, een vertegenwoordiger van de Britse Video Standards Council (VSC), een juridisch medewerker van het NICAM-bureau voor PEGI en een vertegenwoordiger van NVPI-interactief. Ook bij de bespreking van PEGI wordt in de analyse de reguleringsketen gebruikt, zoals die door de ISFE ten aanzien van PEGI wordt ingevuld. Dat de ISFE veel van haar taken heeft uitbesteed aan het NICAM en het VSC verandert de verhoudingen enigszins. Enkele faciliteiten van het NICAM worden wel gebruikt, maar de Klachtencommissie is bijvoorbeeld niet dezelfde als de Klachtencommissie die voor Kijkwijzer zitting neemt. Ook de structuur van deze commissie is anders bij de ISFE.

Allereerst wordt in deze paragraaf aandacht besteed aan de doelen en doelgroepen van PEGI. Vervolgens geven de reikwijdte en dekking van het systeem duidelijkheid over de aansluiting van de verschillende brancheorganisaties bij het systeem. Aan de hand van de inrichting van de zelfreguleringsketen worden tot slot de activiteiten die gericht zijn op de normstelling, uitvoering (invoering en toepassing) en handhaving (toezicht en sanctionering) in kaart gebracht.

4.2.1 Doelen, doelgroepen en normadressaten

Doelen

In de *Code of Conduct* stelt de ISFE in artikel 2.1 het doel van PEGI vast:

‘the Code is intended to provide parents and educators with objective, intelligible and reliable information regarding the age category for which a given product is deemed suitable with specific reference to it’s content...’ In artikel 2.3 wordt gesteld dat ‘this Code reflects the interactive software industries’ commitment not to distribute, market, advertise or promote interactive software products likely to offend human decency’.

Doelgroepen en normadressaten

PEGI kent, net als Kijkwijzer, drie doelgroepen, namelijk jongeren, ouders en leraren en verkooppunten. Verkooppunten zijn ook de actoren waarop zich de PEGI-normen richten (normadressaten). Voor PEGI geldt dat *jongeren* de primaire doelgroep zijn. Zij dienen volgens internationale en nationale wetgeving beschermd te worden tegen beeldmateriaal dat op hen een schadelijke uitwerking kan hebben. In de *Code of Conduct* van

PEGI is deze doelgroep echter niet geëxpliciteerd. Volgens artikel 2.1 van de PEGI Code of Conduct zijn ouders en leraren de voornaamste doelgroep van PEGI. Door middel van de classificering kunnen ouders en leerkrachten zich ervan verzekeren dat hun kinderen en leerlingen geen ongeschikt beeldmateriaal krijgen aangeboden. Op deze manier wordt hun een instrument aangeboden om kinderen te beschermen. De verkooppunten bestaat uit videotheken, warenhuizen, speelgoedwinkels, gameshops, cd/dvd-winkels en bibliotheken.

4.2.2 Reikwijdte en dekking PEGI

Met de reikwijdte van PEGI wordt het aantal aangesloten producenten en distributeurs bedoeld. Dekking staat voor het aantal aangebrachte classificaties op games.

Reikwijdte PEGI

De aansluiting bij PEGI is vrijwillig. Een vertegenwoordiger van NVPI-Interactief geeft in een interview echter aan dat niet-aansluiting betekent dat het lastig wordt om producten in de markt te zetten. De doelstelling om elke uitgever zich te laten aansluiten bij PEGI wordt door de geïnterviewden afgedaan als onhaalbaar en wellicht zelfs onwenselijk. Zo haalt een van de geïnterviewden het voorbeeld aan van een klein winkeltje dat zich specialiseert in games en hiervoor regelmatig de nieuwste spellen uit Amerika importeert via internetwinkels.

Een belangrijke ontwikkeling binnen de ISFE is de aansluiting van de grote gameconsoles Microsoft (X-box), Nintendo (Nintendo's en Wii) en Sony (Playstations) bij PEGI. Deze gameconsoles zijn verantwoordelijk voor ruim 95% van de commerciële verkoop van games. Zij verplichten de uitgevers die spellen voor hen produceren zich bij PEGI aan te sluiten, anders wordt geen licentie afgegeven. Een gat in de aansluiting betreft momenteel het internet. Met het initiatief PEGI-Online is de ISFE echter ook daaraan gaan werken.

Volgens het NICAM-jaarverslag van 2004 waren er aan het einde van dat jaar ruim 120 gamedistributeurs bij PEGI aangesloten en voerden meer dan 300 PEGI-codeurs in 21 verschillende landen classificaties uit via PEGI's eigen intranet. In 2006 waren in totaal 220 bedrijven aangesloten (NICAM, 2007). Met de uitbreiding van de Europese Unie is ook het aantal landen waarin PEGI wordt toegepast uitgebreid tot een totaal van 28.

Voor- en nadelen van aansluiting bij de ISFE/PEGI

In de interviews is aan de diverse respondenten gevraagd wat de voor- en nadelen zijn voor de diverse leden van de branche van aansluiting bij het NICAM. De respondenten geven aan vooral voordelen te zien in aansluiting bij PEGI. Ten eerste biedt het systeem ouders de kans om hun kinderen te beschermen tegen schadelijke spellen. Daarnaast geven de logo's op

de verpakkingen enig prestige mee aan het product en kan het bijdragen aan erkenning van nieuwe uitgevers. Ook het economische argument van het uniforme classificatiesysteem wordt genoemd. Het transnationale karakter levert schaalvoordelen op en versimpelt het productieproces. Ook wat betreft de marketing van spellen betekent aansluiting een voordeel, omdat vooraf bepaald kan worden voor welke leeftijdscategorie men een product op de markt wil brengen. Een nadeel dat wordt genoemd zijn de beperkte fondsen die de EU aan de ISFE ter beschikking stelt, waardoor er beperkte ruimte is voor publiekscampagnes. Ook de kans op sancties wordt als nadelig gezien.

Dekking PEGI

Vanaf het begin beheert het NICAM ook het archief met alle met PEGI-geclassificeerde games voor de winkelverkoop. Eind december 2004 bevatte de PEGI-database 2.704 geclassificeerde games (NICAM, 2005), in december 2005 waren dat er ruim 4.500 (NICAM, 2006). In 2006 telde het archief ruim 5.000 geclassificeerde games.

4.2.3 Inrichting van de zelfreguleringsketen PEGI

De reguleringsketen van PEGI is, evenals Kijkwijzer, ingericht volgens de activiteiten *normstelling*, *uitvoering* en *handhaving*.

4.2.3.1 Normstelling

Het PEGI-systeem is een systeem op vrijwillige basis, waarbij het classificeren wordt gedaan door leden van de game-industrie zelf. Dit gebeurt aan de hand van een classificatieformulier. Nadat een spel grondig is bekeken, gebruikt de codeur het intranet om een lijst met vragen te beantwoorden, waaruit de classificatie van het spel automatisch volgt. Voor iedere inhoudscategorie wordt een aparte leeftijdsclassificatie vastgesteld, afhankelijk van de antwoorden op de vragenlijst (www.pegi.info/nl/). Het Nederlandse NICAM controleert samen met het VSC uit Groot-Brittannië de PEGI-leeftijdsclassificaties. Alle 12+-classificaties en steekproefsgewijs ook de 3+- en 7+-classificaties worden vooraf op juistheid gecontroleerd. Games die alleen voor een volwassen publiek zijn gemaakt (16+ en 18+) worden ook (alle) vooraf gecontroleerd. Pas nadat de beoordeling akkoord is bevonden, krijgen de producenten toestemming (een licentie) om de PEGI-leeftijdsclassificatie en de waarschuwingssymbolen te vermelden op de verpakking van hun game (www.weetwatzegamen.nl).

4.2.3.2 Uitvoering

Voor het bepalen van de PEGI-classificatie wordt het spel gescreend, een vragenlijst ingevuld en online verzonden naar het NICAM. De ingevulde vragenlijsten worden gecontroleerd door het NICAM en, onder voorwaarde dat de voorlopige classificatie 3+ of 7+ is en er geen fouten gemaakt zijn,

vorming. Klachten over classificaties kunnen via de website worden ingediend. Daar staat ook gedetailleerde informatie over hoe een klacht kan worden ingediend en welke termijnen voor het beantwoorden van de klacht gelden.

Het systeem is als volgt geregeld. Wanneer een persoon een klacht heeft, richt hij of zij zich tot de ISFE. De ISFE heeft dit uitbesteed aan het NICAM, die hiervoor een communicatiedeskundige in dienst heeft. Deze communicatiedeskundige voorziet de inkomende reacties zo veel en zo goed mogelijk van een passende reactie. Hiervoor kan advies gevraagd worden bij de *Senior Legal Council* van de ISFE. Betreft het klachten over het transactiemoment, dan verwijst men de klagers terug naar het nationale systeem. In Nederland komt dat neer op artikel 240a van het Wetboek van Strafrecht. Er worden binnen PEGI vijf typen reacties van het publiek onderscheiden, namelijk (a) klachten over de hoogte van een classificatie, (b) klachten over advertentiemateriaal, (c) verzoeken om informatie (doorgaans voor werkstukken en onderzoeken), (d) het plaatsen van een opmerking en (e) het stellen van vragen of opmerkingen die nadere toelichting behoeven. Jaarlijks komen ongeveer 1.750 reacties verdeeld over deze vijf typen binnen. Alleen indien nodig wordt een klacht van het type a of b doorgespeeld aan de PCB. Ook bij PEGI wordt dit bepaald door de juridisch medewerker die hiervoor binnen het NICAM speciaal is aangesteld of door de klager. Tussen september 2004 en oktober 2007 is dit acht keer voorgekomen.

De PCB bestaat uit een pool van 25 betrokkenen. Dit kunnen juridische experts zijn, maar ook wetenschappelijke experts of experts vanuit overheden. Per klacht wordt door de voorzitter van de *Advisory Board* bepaald welke drie personen het meest geschikt zijn om de klacht in behandeling te nemen, waarna deze worden benaderd. De op deze wijze samengestelde ad hoc commissies behandelen de klachten dan doorgaans door middel van conference calls. Wanneer zij tot een uitspraak zijn gekomen, wordt deze doorgestuurd naar de klager, de beklaagde, de PEGI Advisory Board, de *Enforcement Committee* en de *General Assembly*. Het besluit wel of niet een sanctie op te leggen ligt vervolgens bij de *Enforcement Committee*. Net als bij de analyse van Kijkwijzer worden nu de belangrijkste aspecten die de effectiviteit van de klachtenprocedure bepalen voor PEGI geanalyseerd. Dit zijn: (1) de toegankelijkheid van de procedure, (2) de communicatie erover naar de klant/consument, (3) de duur van de procedure, (4) de kenmerken van de Klachtencommissie en (5) de vraag of veel van de klachten gegrond worden verklaard (Kneppers, 2005).

– *De toegankelijkheid van de procedure*

Aan de klachtenprocedure van PEGI zijn geen kosten verbonden. De enige voorwaarde is dat deze schriftelijk, dat wil zeggen via e-mail of per post, wordt ingediend. Telefonische vragen worden wel behandeld door de medewerkers, maar voordat een klacht wordt voorgelegd aan

de PCB moet deze door de klager op schrift zijn aangeleverd. De klagers hoeven niet te verschijnen tijdens de zitting, maar worden hiertoe wel uitgenodigd. Tevens is het hun toegestaan bepaalde documentatie mee te sturen ter overweging aan de Complaints Board. Onkosten worden niet vergoed.

- *De communicatie over de klachtenprocedure naar de klant/consument*
Met betrekking tot de communicatie over de klachtenprocedure naar de klant/consument is het van belang of de gehele procedure op begrijpelijke wijze openbaar is gemaakt, waartoe ook de publicatie van uitspraken van klachten- en beroepscommissies in toegankelijke media wordt gerekend.

Wanneer men een klacht wil indienen met betrekking tot PEGI, kan dit via een link op de homepage van PEGI. Wanneer men vervolgens het online formulier wil invullen (dit kan in 23 talen), kan men de aanleiding aanvinken aan de hand van de vijf eerdergenoemde typen publieksreacties. Het wezenlijke verschil met de communicatie over de procedure ten opzichte van Kijkwijzer is dat men bij PEGI de vervolgstappen niet direct aan de consument mededeelt. De PCB wordt nergens genoemd. De coördinator van PEGI bij het NICAM stelt hierover dat dit in de eerste uitwisseling gebeurt op een vergelijkbare manier als bij Kijkwijzer: men wordt op de mogelijkheid gewezen wanneer men zich niet in de eerste reactie kan vinden. Een terugkomende klacht gaat altijd door naar de PCB.

De uitspraken van de PCB worden via het jaarverslag openbaar gemaakt, niet via de website van PEGI. De uitspraken van de Enforcement Committee worden alleen medegedeeld aan commissies en besturen binnen ISFE, de beklagde en de klager.

- *De duur van de procedure*
Mede doordat de bijeenkomsten van de PCB doorgaans via conference calls plaatsvinden, is de duur van de behandeling van een klacht tot aan de uitspraak gemiddeld ongeveer twee maanden.
- *De kenmerken van de Klachtencommissie*
Met betrekking tot de kenmerken van de PCB zijn de samenstelling ervan (onafhankelijkheid, geen belangenverstrengeling), de openbaarheid van de zittingen en hoor en wederhoor van belang. De onafhankelijkheid van de leden van zowel de PCB als de Enforcement Committee is verankerd in de Code of Conduct. Hoewel daar niet heel specifiek aandacht aan de onafhankelijkheid van de leden wordt besteed, ondervangt men dit wel in artikel 2.1.1 van de PEGI *Bye Laws*. De vereiste expertise beperkt enigszins de pool van mensen waaruit men kan kiezen.

De zittingen zijn doorgaans niet openbaar vanwege de vorm waarin ze plaatsvinden (conference calls). Betrokkenen worden zoals gezegd wel uitgenodigd om hun standpunt toe te lichten en men kan eveneens stukken inbrengen.

- *De mate waarin de klachten gegrond worden verklaard*
Zoals hierboven al aangegeven, zijn van alle klachten die sinds de invoering van PEGI zijn binnengekomen slechts acht klachten uiteindelijk aan de PCB voorgelegd. Hiervan zijn er vijf gegrond verklaard. In drie gevallen werd de leeftijdsgrens van de classificatie naar beneden bijgesteld en in de andere twee gevallen werd de grens naar boven bijgesteld.

Sancties

Wanneer de Klachtencommissie op basis van een klacht bepaalt dat een spel een hogere leeftijdsclassificatie vereist dan eerder is verleend, zal het spel onmiddellijk uit de verkoop worden gehaald totdat de spelverpakking met de correcte leeftijdsclassificatie is herdrukt. Dit betekent aanzienlijke kosten voor een uitgever en het zorgt ervoor dat de uitgevers voorzichtigheid zullen betrachten bij het classificeren van een spel (www.pegi.info/nl/). Het is niet bekend hoeveel sancties er ten aanzien van de hierboven genoemde acht binnengekomen klachten zijn opgelegd. De hoogste sanctie was volgens de geïnterviewden 5.000 euro. Daarnaast betekent een herziene classificatie dat reeds gedistribueerde producten moeten worden teruggehaald uit de winkels en dat deze opnieuw van een classificatie moeten worden voorzien. Verder dient ook al het promotiemateriaal te worden aangepast.

4.3 Analyse en conclusies

In dit hoofdstuk wordt de eerste onderzoeksvraag beantwoord. Daarbij gaat het om een analyse van sterke en zwakke punten van de co- respectievelijk zelfreguleringsystemen Kijkwijzer en PEGI met betrekking tot de reikwijdte, de dekking en de handhaving.

Reikwijdte

Met de reikwijdte wordt het aantal aangesloten producenten en distributeurs bedoeld. Uit interviews met branchevertegenwoordigers en documentanalyse blijkt dat onder producenten en distributeurs met betrekking tot Kijkwijzer een (zelfgerapporteerde) reikwijdte van 95% wordt gerealiseerd. Onder televisieomroepen (publiek en commercieel) en bioscopen (inclusief filmhuizen) is de reikwijdte, naar verluidt, 100%. Zij worden gevolgd door platenzaken en muziekhandelaars (90%) en videotheken (80%). Met de Nederlandse aanbieders van mobiele telefonie zijn

afspraken gemaakt. Het blijkt dat wanneer organisaties geconfronteerd worden met eventuele sancties (zoals het niet verkrijgen van doeknummers (bioscopen), het niet kunnen verkopen van geschenkbonnen, of beperkingen van het recht om schadelijk materiaal uit te zenden) dit een gunstige uitwerking kan hebben op de aansluiting van deze organisaties bij het zelfreguleringsstelsel.

Wat betreft de reikwijdte van PEGI, blijkt dat de aansluiting van de grote gameconsoles Microsoft (X-box), Nintendo (Gamecube en Wii) en Sony (Playstations) deze aanzienlijk heeft vergroot. Een leemte in de aansluiting betreft momenteel de games die via het internet worden gespeeld. Met het in de herfst van 2007 gestarte initiatief PEGI-Online wil de ISFE echter ook aan dat laatste gaan werken. In absolute aantallen waren volgens het NICAM in 2006 in totaal 220 bedrijven uit de 29 deelnemende landen bij PEGI aangesloten.

Dekking

Bij dekking gaat het over het aantal aangebrachte classificaties op audiovisuele producten. De bij het NICAM aangesloten producenten en distributeurs zijn verantwoordelijk voor naar schatting 97% van alle audiovisuele producties in Nederland, aldus vertegenwoordigers van het NICAM. In 2006 werden 2.317 audiovisuele producten voorzien van een Kijkwijzerclassificatie. Dit is minder dan in de jaren daarvoor (2005: 3.040; 2004: 2.622; 2003: 2.704 en 2002: 4.206).

Het NICAM beheert ook het archief met alle middels PEGI geclassificeerde games voor de winkelverkoop. Eind december 2004 bevatte de PEGI-database 2.704 geclassificeerde games, in december 2005 waren dat er ruim 4.500. In 2006 telde het archief ruim 5.000 geclassificeerde games.

Handhavingssysteem: klachtenafhandeling en sanctionering

De toegankelijkheid van de klachtenprocedures is groot: het vergt slechts een kleine inspanning van de klager. Daarnaast wordt de klachtenprocedure op begrijpelijke wijze openbaar gemaakt. De duur van de klachtenbehandeling is doorgaans een week, maar wanneer een klachtenprocedure in gang gezet wordt is dit twee maanden. De mogelijkheid tot een spoedprocedure bestaat eveneens. De leden van de klachten- en beroepscommissies functioneren onafhankelijk. Zittingen mogen doorgaans vrijelijk bijgewoond worden en uitspraken worden verspreid binnen het Algemeen Bestuur, aan de klager en de beklagde en later geanonimiseerd gepubliceerd op zowel de website als in de jaarverslagen. Een groot nadeel van de huidige klachtensystemen is dat incidenten met betrekking tot de verkoop van audiovisueel materiaal aan minderjarigen niet vatbaar zijn voor een klacht (en dus niet in behandeling worden genomen). In deze gevallen is het alleen mogelijk aangifte te doen op basis van artikel 240a van het Wetboek van Strafrecht. Daarnaast worden anonieme klachten niet in behandeling genomen.

Overige sterke en zwakke punten

Opvallend is dat in de huidige deelreglementen voor wat betreft Kijkwijzer nauwelijks verplichtingen worden vermeld om de naleving te bevorderen. Bij de wijziging van de deelreglementen Filmwerk en Dvd/Videofilm zijn eerdere verplichtingen zelfs geschrapt. Dit betreft de instructieplicht van medewerkers, het voeren van een verhuurregistratiesysteem en de plicht om legitimatie te vragen in het geval van twijfels over de leeftijd en bij gebrek aan legitimatie niet te verkopen. Zowel bioscoopexploitanten als detaillisten dienen in de huidige situatie alleen nog te voldoen aan de verplichting om te beschikken over voldoende door het NICAM en de brancheorganisaties opgestelde informatie over Kijkwijzer, zodat dit desgevraagd aan de klant ter hand kan worden gesteld, en het personeel te informeren over de Kijkwijzer. De afzwakking van de normstelling kan nadelige effecten hebben op de naleving van de leeftijdsgrenzen. Verkoopmedewerkers worden minder formeel aangestuurd om mediaverkoop te weigeren aan jongeren waarbij twijfels bestaan over de leeftijden. In de huidige situatie biedt enkel de wetgever (in de vorm van artikel 240a van het Wetboek van Strafrecht) een formele basis. De co- en zelfregulering biedt dus zelf geen basis meer waarop zij bij een weigering een beroep zouden kunnen doen. Tijdens de gehouden interviews is de diverse vertegenwoordigers gevraagd hoe belangrijk zij de bescherming van de jeugd tegen schadelijke media vinden. Voor de branche is de bescherming van de jeugd belangrijk om diverse redenen. De branche wil voldoen aan de wettelijke norm, een heldere strategie ten aanzien van doelgroepen ontwikkelen en een objectief classificatiesysteem hanteren in plaats van de meer subjectieve vorm, zoals deze eerder bestond onder de Wet van de Filmvertoning. Dit zijn de voornaamste redenen waarom de verschillende brancheorganisaties zich hebben aangesloten bij het NICAM en daarmee Kijkwijzer in hun werkprocessen hebben opgenomen. De vertegenwoordigers geven aan voorlichting ook belangrijk te vinden. Ook voor de wetenschappelijke, objectieve waarde van het classificatiesysteem PEGI wordt door de betrokkenen in de interviews waardering uitgesproken.

Over de rol van de overheid bestaat discussie onder de geïnterviewden. Deze rol bestaat volgens de respondenten vooral uit het onderwijzen van het publiek over mediawijsheid. In het onderwijs zou hier meer aandacht aan moeten worden besteed, zo geeft de branche aan. Daarnaast wordt de financiële bijdrage door de overheid als belangrijk aangemerkt, omdat bijvoorbeeld tv-commercials veel geld kosten. De inmenging door de overheid bij de classificatie wordt minder gewaardeerd. Een wetenschappelijke basis vindt men van hoger belang dan de politieke grillen van Den Haag. Ook stelt men dat de overheid te veel en te hoge verwachtingen heeft van de ondernemers in de branches.

5 Naleving van de leeftijdsgrenzen door de detailhandel

Uit de literatuurstudie in hoofdstuk 3 is gebleken dat naleving van de regels een noodzakelijke voorwaarde is voor het slagen van een zelfreguleringssysteem. Daarom zal in dit hoofdstuk onderzocht worden hoe het is gesteld met de naleving van artikel 240a van het Wetboek van Strafrecht waarin strafbaar is gesteld het aanbieden, verstrekken of vertonen van beeldmateriaal dat schadelijk is voor jongeren onder de leeftijd van 16 jaar, aan een jongere in die leeftijdsgroep. Deze naleving is onderzocht met behulp van mysteryshopping in bibliotheken, videotheken, bioscopen en winkels. Dit betekent globaal dat jongeren zich voordoen als 'normale klant' en een dvd, een game of een bioscoopkaartje proberen te kopen waarvoor ze, volgens de leeftijdsclassificaties van Kijkwijzer of PEGI, te jong zijn.

Kenmerkend voor deze methode is dat bedrijven of instellingen onderwerp van onderzoek zijn zonder daarvan vooraf op de hoogte te zijn gesteld en dat bij dit type nalevingsonderzoek ook daadwerkelijk de hulp is ingeroepen van minderjarige jongeren. Deze zaken brengen ethische kwesties met zich mee, die hieronder eerst aan de orde zullen worden gesteld.

Ook bij het uitzenden van televisieprogrammering is naleving door de branche (in dat geval de televisieomroepen) relevant. Omdat daarvoor een heel andere methode nodig was, wordt het deelonderzoek naar de naleving door televisiezenders separaat behandeld in hoofdstuk 6.

5.1 Ethische overwegingen

Het doel van het onderzoek was om een zo realistisch mogelijk beeld te krijgen van de naleving van de Kijkwijzer- en PEGI-leeftijdsclassificaties. Dat vereiste een undercoverbenadering. Simpelweg vragen aan verkopers of ze zich houden aan de leeftijdsgrenzen levert een vertekend beeld op (Gosselt, Van Hoof, De Jong & Prinsen, 2007). Alleen op basis van werkelijke aankoopogingen kunnen geldige uitspraken worden gedaan over de werkelijke naleving. Ook het vooraf informeren van de branche of van specifieke verkooppunten over de op handen zijnde mysterybezoeken zou voor het onderzoek schadelijk zijn. Immers, in dat geval is de kans op geregisseerd gedrag aanwezig. De verkooppunten zijn dus buiten hun medeweten in het onderzoek betrokken. Hieronder zal worden ingegaan op de ethische aspecten van deze keuze. Daarnaast is er gewerkt met minderjarige mysteryshoppers, die mediaproducten probeerden aan te schaffen die nog niet voor hen geschikt waren. Ook van deze keuze zullen de ethische aspecten besproken worden.

Ethische overwegingen met betrekking tot de verkooppunten

De onderzoekseenheden in dit deelonderzoek waren speelgoedwinkels, warenhuizen, cd/dvd-winkels, gameshops, videotheken, bibliotheken en

bioscopen. Omdat deze onderzoekseenheden niet vooraf geïnformeerd zijn over de mysterybezoeken, waren ze niet in staat om medewerking aan het onderzoek te weigeren (Willner, Hart, Binmore, Cavendish & Dunphy; 2000). Daarnaast kon ook het recht van de verkopers op privacy en vrijheid van exploitatie worden geschaad (Jorgenson, 1989). In dergelijke situaties rijst de vraag of de undercover onderzoeksopzet aanvaardbaar is en of de belangen van alle betrokkenen voldoende zijn gewaarborgd.

In het debat over de aanvaardbaarheid van undercover onderzoeksbepandingen speelt de vraag in hoeverre het geobserveerde gedrag openbaar is een belangrijke rol. De Market Research Society heeft in haar gedragscode vastgesteld dat participerende observatie (waartoe mysteryshopping behoort) zonder toestemming vooraf plaats mag vinden indien de betrokkenen zich in een situatie bevinden waarin ze redelijkerwijs kunnen verwachten dat ze door anderen worden gezien of gehoord, zoals bijvoorbeeld bij een kassa (MRS, 1992). De verkoop van audiovisuele producten geschiedt in de regel in publieke settings en kan daardoor ook worden gezien door anderen dan degene die de aankoop doet (Wilson, 1998).

Denzin en Erikson (1982) stellen daarnaast dat sociale wetenschappers het recht hebben observaties te doen van elke willekeurig persoon in elke willekeurige setting, mits het onderzoek in een wetenschappelijk kader plaatsvindt en de integriteit en anonimiteit van de betrokkenen worden gewaarborgd.

Hodges (1988) noemt twee omstandigheden waarin het gebruik van dit soort participerende observatie toelaatbaar is. Ten eerste stelt hij dat het niet op de hoogte stellen van onderzoekseenheden over de bedoelingen van een onderzoek geoorloofd is als de onderzoeksvraag van groot publiek belang is. De eerdergenoemde schadelijke gevolgen van media-inhouden op jonge leeftijd kunnen in deze context als belangrijk worden aange-merkt. Ten tweede stelt hij dat dergelijk onderzoek met name geoorloofd is als de meer conventionele methoden naar grote waarschijnlijkheid niet zullen leiden tot geldige resultaten. Ook dat gaat in het onderzoek naar Kijkwijzer en PEGI op. Immers, wanneer verkopers van tevoren op de hoogte zijn van de bedoelingen van het onderzoek, is het goed denkbaar dat ze tijdelijk anders zullen handelen, door bijvoorbeeld beter op de handhaving van de leeftijdsgrenzen te gaan letten, of specifiek naar legiti-matie te vragen bij de verkoop van audiovisuele producten.

Al met al kan gesteld worden dat de ethische bezwaren met betrekking tot de verkopers en verkooppunten beperkt zijn, zolang de anonimiteit van de onderzoekseenheden gegarandeerd is.

Ethische overwegingen met betrekking tot de minderjarige mysteryshoppers

Voor de uitvoering van dit soort onderzoek kunnen zowel jongeren beneden de leeftijdsgrens als jongeren boven de leeftijdsgrens worden ingezet. Wanneer er wordt gekozen voor een jongere boven de leeftijdsgrens, wor-

den enige (nader te noemen) ethische bezwaren omzeild. Zaak is dan echter wel dat de mysteryshoppers er eenduidig jonger uitzien dan ze feitelijk zijn. Toch zijn de resultaten van dergelijk onderzoek minder overtuigend dan wanneer de audiovisuele producten zijn gekocht door jongeren die ook werkelijk jonger zijn dan de leeftijdsgrens. In dit onderzoek is dan ook gekozen om te werken met jongeren die feitelijk te jong waren om de audiovisuele producten te kopen.

Wanneer gekozen wordt voor jongeren beneden de leeftijdsgrens, zijn er wel enkele ethische bezwaren te noemen (Coumans & Knibbe, 2005). Het systematisch laten kopen van producten door jongeren die nog niet de leeftijd hebben bereikt waarop het wettelijk is toegestaan aan hen een dvd of game te verkopen, verhuren of vertonen, kan worden gezien als uitlokking van een strafbaar feit. Ook kunnen de jongeren door medewerking aan dergelijk onderzoek schadelijke effecten ondervinden. Ze kunnen bijvoorbeeld te maken krijgen met agressie van verkopers. Bovendien doen ze ervaring op met het succesvol aanschaffen van producten die niet voor hen bedoeld zijn en kunnen ze een positieve houding ontwikkelen ten opzichte van deze mediaproducten. Dergelijke problemen zijn op te vangen door middel van een goede selectie van de jongere en een goede begeleiding voor en na het onderzoek (Coumans & Knibbe, 2005). Het probleem van uitlokking van een strafbaar feit wordt omzeild wanneer de jongere het product niet daadwerkelijk aanschafft, maar de aankoopvoortijdig afbreekt. Uit onderzoek is gebleken dat er in nalevingsonderzoek geen verschil is tussen de meting van een verkoopintentie en de meting van de werkelijke verkoop (Cummings, Saunders-Martin, Clarke & Perla, 1996).

Willner (2000) stelt dat psychiatrisch onderzoek onder jongeren aantoont dat evaluaties van onderzoek vaak de voordelen onderwaarden, terwijl de potentiële kosten worden overschat, en dat de rechten van jongeren om te profiteren van onderzoek te vaak genegeerd worden. Toch zijn er enkele morele en juridische bezwaren te noemen wanneer de hulp van jongeren wordt ingeroepen bij dit soort onderzoek (Coumans & Knibbe, 2005). Door aan de deelnemende jongeren een uitgebreide training te geven die hen wijst op de nadelige effecten van bijvoorbeeld gewelddadige media zal het morele bezwaar beperkt worden. In paragraaf 5.2.2 wordt de selectie en begeleiding van de deelnemende jongeren nader besproken.

Om eventuele juridische problemen tegen te gaan droeg de jongere tijdens de aankoopvoortijdig een document bij zich waarin stond dat de aankoopvoortijdig werd gedaan in het kader van een wetenschappelijk onderzoek. Dit document was ondertekend door de ouders van de jongere, de onderzoekers en de Universiteit Twente. Als dit document moest worden getoond aan een verkoper, zouden de onderzoekers de verkoper wijzen op de gewaarborgde anonimiteit van het verkooppunt, waarna hem of haar werd verzocht absolute geheimhouding met betrekking tot het onderzoek in acht te nemen. Tijdens het onderzoek hebben zich echter geen situaties

voorgedaan waarin het document moest worden getoond. Medewerking van de politie was in principe niet nodig, aangezien de jongere geen strafbaar feit zou plegen (in tegenstelling tot het verkooppunt).

5.2 Methode

Omdat zowel Kijkwijzer als PEGI meerdere leeftijdsclassificaties kent (vier respectievelijk vijf leeftijdsgrenzen), is omwille van de hanteerbaarheid (in relatie tot betrouwbaarheid) van het nalevingsonderzoek besloten om het aantal in het onderzoek te betrekken leeftijdsgrenzen te beperken tot twee. Dit zijn de *12 jaar*- en de *16 jaar*-leeftijdsgrens. Voor de *16 jaar*-grens is gekozen omdat dit volgens artikel 240a van het Wetboek van Strafrecht een wettelijke grens is (en dit vanaf het begin al is geweest). Producten met de classificatie *16 jaar* mogen bij wet niet verkocht worden aan jongeren die nog geen *16 jaar* zijn. Dit geldt ook voor de *12 jaar*-grens. De keuze voor de *12 jaar*-grens is ook ingegeven door de gedachte dat kinderen in de leeftijdsgroep tot *11 jaar* zich in een kritieke leeftijdsgroep bevinden, onder meer omdat kinderen op deze leeftijd belangstelling krijgen voor bijvoorbeeld gewelddadige mediaproducten en in staat zijn deze als zodanig te herkennen. Daarnaast is het waarschijnlijker dat kinderen in deze leeftijdsgroep zelfstandig een audiovisueel product kopen dan kinderen die te jong zijn voor de producten met classificatie *9 jaar* of *6 jaar*.

5.2.1 Steekproef van verkooppunten

Het onderzoek richtte zich op de naleving in vier regio's: (1) de regio Noord (de stad Groningen en omgeving), (2) de regio Oost (Enschede en omgeving), (3) de regio Zuid (Eindhoven en omgeving), en (4) de regio West (Amsterdam en omgeving).

Er zijn verschillende aanbieders van audiovisuele media in Nederland. In dit onderzoek is besloten de volgende aanbieders mee te nemen: bibliotheken, videotheken, bioscopen en verkooppunten. Per regio zijn de grote (openbare) bibliotheken met audiovisuele media in het onderzoek betrokken. Ook zijn videotheken en bioscopen bezocht. Wat betreft de verkooppunten is een onderscheid gemaakt tussen warenhuizen, speelgoedwinkels, gameshops en cd/dvd-winkels. Iedere winkel is twee keer bezocht door een *11-jarige* en één keer door een *15-jarige* jongere. De *11-jarigen* probeerden mediaproducten met classificatie *12 jaar* en *16 jaar* te kopen of huren; de *15-jarigen* deden een aankoop- of huurpoging voor een mediaproduct met classificatie *16 jaar*.

Er zijn diverse variabelen die een rol speelden bij de indeling van de mysterybezoeken, namelijk het geslacht van de jongere, de regio (noord, oost, zuid, west), het product (game of dvd), het onderzoeksscript (een *11-jarige* koopt een *12 jaar*-product, een *11-jarige* koopt een *16 jaar*-

product, of een 15-jarige koopt een *16 jaar*-product) en het type aanbieder (warenhuis, speelgoedwinkel, gameshop, cd/dvd-winkel, videotheek, bibliotheek of bioscoop). Er is gekozen voor een steekproeftrekking waardoor analyses mogelijk zijn op het niveau van al deze variabelen. Omdat het bij bibliotheken alleen mogelijk is een dvd of game te huren, werd hier gemeten in hoeverre een bibliotheek bereid was een dvd of game te verhuren aan een jongere (aantal bezoeken per regio: 12). Ditzelfde protocol is ook gehanteerd bij de videotheken (aantal bezoeken per regio: 12). Er zijn echter ook videotheken waar het mogelijk is een dvd te kopen. Daarom zijn in het onderzoek ook videotheken meegenomen waarbij jongeren probeerden een dvd te kopen (aantal bezoeken per regio: 12). Per regio zijn verder 24 bioscopen bezocht en 72 verkooppunten (24 warenhuisbezoeken, 24 bezoeken aan speelgoedwinkels, 12 bezoeken aan gameshops en 12 bezoeken aan cd/dvd-winkels). Tabel 7 geeft een overzicht van de bezochte verkooppunten.

Tabel 7 Aanbieders die in het mysteryshoponderzoek zijn betrokken

	Absoluut	Percentage	Aantal per regio
Verkooppunten			
speelgoedwinkel	96	18	24
warenhuis	96	18	24
cd/dvd-winkel	48	9	12
gameshop	48	9	12
Videotheken/bibliotheken			
videotheek (koop)	48	9	12
videotheek (huur)	48	9	12
bibliotheek	48	9	12
Bioscopen	96	18	24
Totaal	528	100	132

Vervolgens is er een verdeling gemaakt over de variabelen geslacht jongere, soort product (dvd of game) en onderzoeksscript. Rekening houdend met al deze variabelen werd een bezoekschema opgesteld dat ertoe leidde dat alle (combinaties van) relevante variabelen evenredig vertegenwoordigd waren in de steekproef (zie bijlage 7 voor het complete bezoekschema). Uiteindelijk zijn de vier regio's allemaal voor 25% vertegenwoordigd in de steekproef. Tweederde van de bezoeken is uitgevoerd door 11-jarigen (176 keer met een *12 jaar*-product, 176 keer met een *16 jaar*-product) en eenderde door 15-jarigen (176 keer een *16 jaar*-product). Het percentage jongens en meisjes was in alle vier de regio's precies gelijk. In totaal is bij 30% van alle aankoopopgingen bij de retail (verkooppunten, videotheken, bibliotheken; n=432) een game aangeschaft, in de overige

gevallen (70%) werd een dvd aangeschaft. Bij bioscopen (n=96) werd altijd geprobeerd een filmkaartje aan te schaffen.

5.2.2 Selectie en begeleiding van mysteryshoppers

In dit onderzoek is ervoor gekozen om met jongeren te werken die nog niet de leeftijd hadden bereikt waarop het wettelijk is toegestaan aan hen een dvd of game te verkopen, verhuren of vertonen die vanwege de leeftijdsclassificatie schadelijk kan zijn voor de jongeren. In de vier regio's zijn jongeren geworven om als mysteryshopper aan het onderzoek deel te nemen. De jongeren bezochten in hun eigen regio diverse aanbieders van audiovisuele producten. De keuze voor bezoeken in de eigen regio is gebaseerd op zowel pragmatische (reistijd en reiskosten) als validiteits- en betrouwbaarheidsoverwegingen (meer mysteryshoppers, dialecten). Per regio hebben een jongen en een meisje van 11 jaar en een jongen en een meisje van 15 jaar aan het onderzoek deelgenomen. Voor de selectie van deze mysteryshoppers is de hulp ingeroepen van docenten van basisscholen en het middelbaar onderwijs, die in staat moeten worden geacht om jongeren aan te wijzen die er overeenkomstig hun leeftijd (in casu 11 en 15 jaar) uitzien (op basis van gedrag, uiterlijk en motoriek). Dit omdat zij dagelijks contact hebben met jongeren in deze leeftijdsgroep. Op deze manier werd voorkomen dat er jongeren meededen die er ouder of juist jonger uitzien dan hun werkelijke leeftijd, wat de betrouwbaarheid van het onderzoek kan verstoren. Immers, iemand die er veel ouder uitziet dan 15 jaar krijgt natuurlijk makkelijker 16 jaar-producten mee uit verkooppunten. De docent werd ook gevraagd om erop te letten dat de mysteryshoppers de taak aan zouden kunnen.

Ook is een leeftijdsverificatietest uitgevoerd, waarbij foto's van het gezicht van de mysteryshoppers tussen andere foto's werden aangeboden aan respondenten. De respondenten waren in deze test het Nederlands (winkelend) publiek. De test is afgenomen in een winkelcentrum bij 80 respondenten. De leeftijd van deze respondenten varieerde van 16 tot 83 jaar (gemiddelde leeftijd: 47,9 jaar). Er deden 29 mannen en 51 vrouwen mee aan deze test. De respondenten kregen een stapel van 18 foto's van jongeren (in de leeftijd van 9 tot en met 17 jaar) aangereikt, waarna hun werd gevraagd deze foto's op volgorde van leeftijd te leggen, te beginnen bij het jongste kind, eindigend bij het oudste kind. Vervolgens moesten ze bij elke foto een inschatting geven van de leeftijd van het kind, waarbij verteld werd dat de leeftijd moest liggen tussen de 9 en 17 jaar. De resultaten bevestigen de leeftijd van de mysteryshoppers: de gemiddelde ingeschatte leeftijd van de 11-jarige meisjes was 11,85 (SD = 1,94) en van de 11-jarige jongens 11,31 (SD = 1,70); de gemiddelde ingeschatte leeftijd van de 15-jarige meisjes was 15,74 (SD = 1,28) en van de 15-jarige jongens 15,40 (SD = 1,77). Gezien de hoge standaarddeviaties hadden de respondenten moeite met het inschatten van de leeftijden van jongeren. Over het

algemeen schatten ze de leeftijd wat te hoog in (de gemiddelde werkelijke leeftijd was 13,0, de gemiddelde ingeschatte leeftijd 13,4). Meisjes werden doorgaans ouder ingeschat dan jongens (gemiddelde leeftijd 13,9 versus 12,9).

Van de jongeren die uiteindelijk zijn geselecteerd voor deelname aan het onderzoek zijn de volgende achtergrondvariabelen bekend: geslacht, leeftijd, etnische afkomst en opleidingsniveau. Van de jongeren werd geen aanpassing van hun normale, dagelijkse uiterlijk verlangd. De mysteryshoppers ontvingen een vergoeding voor hun bijdrage aan het onderzoek. Aangezien het steeds om minderjarige jongeren ging, is aan de ouders om (schriftelijke) toestemming gevraagd.

De jongeren zijn gedurende het hele onderzoek begeleid door twee volwassen onderzoeksmedewerkers. De ene medewerker had de primaire taak van chauffeur, de andere van navigator/begeleider. Wanneer de jongere een aankoop- of huurpoging deed, was één van beide onderzoeksmedewerkers altijd in de buurt. Na afloop van het onderzoek vond een debriefing met de jongeren plaats, waarin met hen werd gesproken over hun ervaringen in het onderzoek en over het nut van leeftijdsclassificaties. Bij de debriefing waren ook de ouders van de jongeren aanwezig.

5.2.3 Procedure

De methode van onderzoek is gebaseerd op het protocol zoals dat eerder is gebruikt om de naleving van de leeftijdsgrenzen voor alcoholverkoop te onderzoeken (Gosselt, Van Hoof, De Jong & Prinsen, 2007). Het protocol is toegespitst op de specifieke situaties van de in het onderzoek betrokken verkooppunten.

De mysteryshoppers werden 's ochtends door de onderzoeksmedewerkers bij hun huis opgehaald. Na een kort onderhoud met de ouders namen de onderzoekers het door de ouders ingevulde goedkeuringsformulier in ontvangst. De 15-jarige mysteryshoppers namen hun identiteitsbewijs mee. In elke regio is op de eerste dag van het onderzoek een ochtend ingeruimd voor training van de jongeren. Vervolgens werd de mysteryshopper door de onderzoeksmedewerkers per auto naar verschillende bibliotheken, videotheken, bioscopen en verkooppunten gereden. De mysteryshopper ging alleen naar binnen (in het geval van bioscopen met z'n tweeën); één van beide onderzoeksmedewerkers bleef in de buurt.

Protocol verkooppunten

Bij de verkooppunten (speelgoedwinkels, warenhuizen, cd/dvd-winkels en gameshops) deed de mysteryshopper een aankoop poging. De jongere ging op zoek naar een vooraf bepaalde dvd of game (met een te hoge leeftijdsclassificatie). Bij de 11-jarigen werd deze keuze gemaakt door de onderzoeker, die eerder dan de mysteryshopper de winkel betrad en een dvd of game op een lage plek en gekanteld (van vertikaal naar horizontaal)

in het schap zette. De 15-jarige mysteryshoppers mochten zelf een dvd of game uitzoeken, onder voorwaarde dat het steeds een andere titel betrof. Met deze dvd of game ging de mysteryshopper vervolgens naar de kassa. Eenmaal in de rij voor de kassa lette de mysteryshopper op het aantal mensen voor hem of haar in de rij en op het aantal mensen achter hem of haar in de rij bij de kassa (op het moment dat de mysteryshopper aan de beurt was). De mysteryshopper groette de verkoper, maar zei verder niets. Indien werd gevraagd of de dvd of game voor eigen gebruik was, antwoordde de mysteryshopper bevestigend. Wanneer gevraagd werd om de leeftijd, antwoordde de mysteryshopper naar waarheid dat hij of zij 11 of 15 jaar oud was. Werde de mysteryshopper om een identiteitsbewijs gevraagd, dan liet deze zijn of haar echte identiteitsbewijs aan de verkoper zien. Indien de verkoop werd geweigerd, drong de mysteryshopper niet verder aan, maar verliet de winkel. Werde de verkoop geaccepteerd, dan meldde de mysteryshopper (nadat de dvd of game was aangeslagen op de kassa) dat hij of zij zich had vergist in de prijs en dus te weinig geld bij zich had. De jongere verliet de zaak met de mededeling later terug te zullen keren om de dvd of game alsnog aan te schaffen. Een aankoop poging werd als succesvol aangemerkt wanneer de verkoper het product scande en/of de prijs aansloeg op de kassa en aan de mysteryshopper het te betalen bedrag noemde. Na afloop van een aankoop poging begaf de jongere zich naar de onderzoekers, alwaar direct een checklist werd ingevuld.

Protocol bibliotheken en videotheken

Bij het *kopen* van dvd's en games in videotheken waren de protocollen gelijk aan de protocollen bij de verkooppunten. Bij het *huren* van dvd's en games in videotheken en bibliotheken verschilde het protocol in één opzicht: in dit geval werden de producten wel daadwerkelijk gehuurd. Een complicatie bij de huurpogingen was dat de mysteryshoppers lid moesten zijn om dvd's of games te kunnen huren. Om deze reden zijn enkele onderzoeksmedewerkers enige weken voor aanvang van de bezoeken lid geworden van diverse bibliotheken en videotheken (in de eigen regio). De mysteryshoppers hebben bij hun huurpogingen gebruikgemaakt van deze lidmaatschapskaarten. Er is gekozen om de producten echt te huren om zo geen opvallende en onverwachte situaties te veroorzaken. Het was immers denkbaar dat verhuurders, wanneer de mysteryshopper zou aangeven geen geld bij zich te hebben, het product toch mee zouden geven en de jongeren bijvoorbeeld zouden vragen om bij inlevering te betalen. In een dergelijke situatie ontstaat al snel een langduriger interactie die voor de onderzoeksdoelinden niet vruchtbaar is. Het risico op ontdekking van het onderzoeksdoel zou hiermee te groot worden en bovendien zijn cases waarin een lange interactie ontstaat niet goed vergelijkbaar met het 'standaardscenario'. Mede omdat de huur van een product aanzienlijk goedkoper is dan de aanschaf ervan, is er dus voor gekozen alle huurproducten daadwerkelijk te huren.

Protocol bioscopen

Het protocol in de bioscopen had grotendeels dezelfde opzet als de bovengenoemde protocollen. De bioscoopbezoeken zijn echter uitgevoerd in tweetallen (een jongen en een meisje van dezelfde leeftijd). Daarnaast geldt in het geval van bioscopen dat er feitelijk twee controlemomenten zijn. Als eerste op het moment wanneer de jongere een kaartje koopt aan de kassa en vervolgens wanneer de jongere de zaal betreedt (kaartjescontrole bij de deur). Uit (beperkt) vooronderzoek bleek dat leeftijdverificatie vooral plaatsvindt op het moment dat bezoekers de zaal betreden. Daarom zijn de jongeren in tweetallen de bioscoop binnengegaan waarna één van hen de kaartjes voor beiden heeft gekocht. Indien dit lukte, begaven de twee mysteryshoppers zich naar de filmzaal waar mogelijk het tweede controlemoment zou plaatsvinden. Wanneer ook hier de mysteryshoppers geen problemen ondervonden, betraden zij de filmzaal. Daar wachtten zij vervolgens op het moment dat de film van start ging en controleerden zij of de voor de desbetreffende film geldende pictogrammen werden vertoond. Direct daarna verlieten zij de filmzaal (nadat één mysteryshopper zogenaamd onwel is geworden) en de bioscoop en voegden zij zich weer bij de onderzoekers. Daar werd direct de checklist ingevuld.

Op de checklist werd de grootte van de plaats waar het verkooppunt zich bevond genoteerd, alsmede de dag van de week en het tijdstip waarop het bezoek plaatsvond. Ook noteerden de mysteryshoppers het geslacht en de geschatte leeftijd van de verkoopmedewerker. Een jongere verkoper zou immers wellicht eerder geneigd zijn een leeftijdsgenoot een product met leeftijdsrestrictie te verkopen dan een oudere verkoper. De vraag of de mysteryshopper de verkoper toevallig persoonlijk kende (beiden zijn afkomstig uit dezelfde regio en soms uit dezelfde plaats), werd ook ter controle meegenomen in het onderzoek.

5.2.4 Kenmerken van de gekochte audiovisuele producten

In de protocollen is gestreefd naar een grote diversiteit aan dvd's en games. Uiteindelijk zijn ongeveer 88 verschillende games, 230 verschillende dvd's en 22 bioscoopfilms in het onderzoek betrokken. Bijlage 8 geeft een overzicht van alle titels. Tabel 8 geeft een overzicht van de waarschuwingspictogrammen op de aangekochte/gehuurde producten. Het *Geweld*-pictogram werd het vaakst aangetroffen op zowel de dvd's, games als bij bioscoopfilms, gevolgd door *Angst* en *Grof taalgebruik*. De overige pictogrammen kwamen beduidend minder vaak voor.

Tabel 8 Waarschuwingspictogrammen op de producten

Waarschuwingspictogram	Aanwezig op (%)		
	Dvd	Game	Film
Geweld	60%	86%	68%
Angst	26%	2%	57%
Seks	6%	5%	6%
Discriminatie	1%	1%	0%
Drug/alcohol	8%	2%	0%
Grof taalgebruik	29%	27%	40%
Gokken	0%	2%	0%
Totaal (528)	301	131	96

5.3 Resultaten

Hieronder worden de resultaten van het nalevingsonderzoek beschreven. Allereerst komt de overall naleving aan de orde. Vervolgens worden de resultaten uitgesplitst naar de drie onderzoeksscripts (11 jaar koopt classificatie *12 jaar*, 11 jaar koopt classificatie *16 jaar* en 15 jaar koopt classificatie *16 jaar*) en naar het geslacht van de mysteryshopper. Daarna wordt ingegaan op het al dan niet voorkomen van interventies (vragen naar de leeftijd van de mysteryshopper en/of vragen om identificatie) en op variabelen die eventueel van invloed waren op de naleving (zoals drukte in het verkooppunt, geslacht en leeftijd van de verkoper). Tot slot wordt meer in kwalitatieve zin ingegaan op bijzonderheden die zich tijdens de mysteryshopbezoeken voordeden.

5.3.1 Overall naleving van Kijkwijzer en PEGI

De totale naleving in de gehele branche bedraagt 14%. In 86% van de gevallen kregen de jongeren het mediaproduct dus probleemloos mee. De percentages per type verkooppunt verschilden. In warenhuizen was er het minst sprake van naleving (3%); de mysteryshoppers kregen een dvd of game nagenoeg altijd mee. Daarna volgen speelgoedwinkels en bibliotheken (beiden met een naleving van 8%), gameshops (10%), videotheken waar een aankoop poging werd gedaan (17%), videotheken waar een huurpoging werd gedaan en cd/dvd-winkels (beiden 19%). Bij bioscopen was de naleving het hoogst, namelijk 28%.

Dvd's werden iets makkelijker verkocht dan games (naleving respectievelijk 9% en 15%). Dit verschil was echter niet significant (chi-kwadraattoets, $p < 0,10$). De naleving van Kijkwijzer en PEGI was in de regio West het hoogst (19%), gevolgd door Zuid (14%), Oost (13%) en Noord (9%), maar ook deze verschillen waren niet significant. De naleving bij mannelijke verkopers en vrouwelijke verkopers was nagenoeg gelijk (respectievelijk 13 en 14%).

5.3.2 Verschillen tussen de drie onderzoeksscripts

Zoals eerder beschreven zijn de mysterybezoeken uitgevoerd door 11-jarige jongeren die producten probeerden te kopen met de classificatie *12 jaar* en *16 jaar* en 15-jarige jongeren die producten probeerden te kopen met de classificatie *16 jaar*. Het was te verwachten dat een discrepantie van één jaar tussen de werkelijke en vereiste leeftijd (een 11-jarige koopt een *12 jaar*-product of een 15-jarige koopt een *16 jaar*-product) tot minder weigeringen zou leiden dan een discrepantie van vijf jaar (een 11-jarige koopt een *16 jaar*-product). Daarnaast was het de vraag of verkopers op een andere manier zouden omgaan met 11-jarigen en 15-jarigen die een mediaproduct met een net te hoge leeftijdsclassificatie probeerden te kopen.

Bij 11-jarigen die een *12 jaar*-product probeerden te kopen, was de naleving 7%; en bij 15-jarigen die een *16 jaar*-product probeerden te kopen, was de naleving 4%. Het verschil tussen deze beide situaties was niet significant. Wanneer de afstand tussen leeftijd van de mysteryshopper en leeftijdsclassificatie groter was (de situatie waarin 11-jarigen een *16 jaar*-product aanschaffen), was de naleving beter, namelijk 31%. Het verschil in naleving tussen de classificatie *12 jaar* en *16 jaar* bij aankoopogingen door 11-jarigen was significant ($p < 0,001$). Het verschil tussen 11-jarigen die *16 jaar*-producten kopen en 15-jarigen die *16 jaar*-producten kopen was

Tabel 9 Naleving per type aanbieder naar leeftijd en classificatie.

	Percentage naleving			Totaal
	11/12 jaar*	11/16 jaar**	15/16 jaar***	
Verkooppunten				
speelgoedwinkel	13	13	0	8
warenhuis	3	6	0	3
cd/dvd-winkel	25	25	6	19
gameshop	0	25	6	10
Videotheek/bibliotheek				
videotheek (koop)	13	38	0	17
videotheek (huur)	0	56	0	19
bibliotheek	6	19	0	8
Bioscoop	0	69	16	28
Totaal	7	31	4	14

* 11-jarige koopt/huurt een product met classificatie '12 jaar'.

** 11-jarige koopt/huurt een product met classificatie '16 jaar'.

*** 15-jarige koopt/huurt een product met classificatie '16 jaar'.

eveneens significant ($p < 0,001$). Overigens moet worden benadrukt dat ook bij een discrepantie van vijf jaar tussen de eigen leeftijd en de Kijkwijzer- of PEGI-classificatie het een ruime meerderheid van de mysteryshoppers (69%) lukte om het mediaproduct aan te schaffen. De naleving was in dat script een stuk beter dan in de andere twee scripts (vooral bij de bioscopen en videotheken), maar was bij lange na niet toereikend. Tabel 9 geeft een overzicht van de nalevingspercentages per type aanbieder.

5.3.3 *Verschillen tussen mannelijke en vrouwelijke mysteryshoppers*

Omdat meisjes in de regel wat ouder worden ingeschat, zoals ook bleek in de leeftijdsverificatietest, zou het geslacht van de mysteryshopper van invloed kunnen zijn op het al dan niet slagen van de aankoopogingen. Tabel 10 geeft een overzicht van de verschillen tussen mannelijke en vrouwelijke mysteryshoppers, verdeeld over de drie onderzoeksscripts. Alleen in het eerste script, waarin een 11-jarige een *12 jaar*-product kocht, bleken de gevonden nalevingspercentages verschillend. Deze verschillen waren echter niet significant.

Tabel 10 Naleving per geslacht naar onderzoeksscript

	Percentage naleving		
	11/12 jaar*	11/16 jaar**	15/16 jaar***
Jongen	10	31	5
Meisje	3	31	3
Totaal	7	31	4

* 11-jarige koopt/huurt een product met classificatie '12 jaar'.

** 11-jarige koopt/huurt een product met classificatie '16 jaar'.

***15-jarige koopt/huurt een product met classificatie '16 jaar'.

5.3.4 *Interventies*

De hierboven beschreven analyses maken duidelijk dat de aankoopogingen van de mysteryshoppers meestal succesvol waren. In tabel 11 wordt dieper ingegaan op de gang van zaken tijdens de mysterybezoeken. Geanalyseerd is in hoeveel van de gevallen er een interventie door de verkoper plaatsvond, dat wil zeggen dat de verkoper naar de leeftijd van de mysteryshopper vroeg en/of dat de verkoper de mysteryshopper vroeg om identificatie (het bij je dragen van een identificatiekaart is verplicht vanaf 14 jaar). In slechts 11% van de gevallen was er sprake van zo'n interventie. In de meeste gevallen (89%) kon de dvd of de game probleemloos worden aangeschaft.

Wanneer er een enkele interventie plaatsvond, namelijk ofwel het vragen naar de leeftijd van de mysteryshopper (45 keer) ofwel het vragen om identificatie (9 keer), kwam een correcte naleving van de regels (en dus

geen verkoop aan de jongere) niet noodzakelijkerwijs dichterbij. Het vragen naar alleen leeftijd leidde in elf van de 45 gevallen alsnog tot verkoop, terwijl de mysteryshopper zijn of haar werkelijke leeftijd noemde. Het vragen om alleen identificatie leidde in zes van de negen gevallen tot verkoop. Tijdens alle bezoeken werd slechts drie keer gevraagd naar zowel leeftijd als identificatie. Wanneer dit gebeurde, werd de dvd of game niet verkocht aan de jongere. In de gevallen dat er geen interventie plaatsvond (471 keer) leidde dit in een grote meerderheid van de gevallen (93%) tot een succesvolle aankoopoging. Bij de overige 7% werd de verkoop geweigerd op basis van de eigen inschatting van de leeftijd van de jongere door de verkoper.

Tabel 11 Interventies tijdens de aankoopogingen naar leeftijd en classificatie

	11 jaar koopt 12 jr.		11 jaar koopt 16 jr.		15 jaar koopt 16 jr.		Totaal	
	Niet- naleving		Niet- naleving		Niet- naleving		Abs.	(%)
	Naleving	Naleving	Naleving	Naleving	Naleving	Naleving		
Geen interventie	155	5	120	28	163	0	471	(89)
Alleen leeftijd	9	7	2	21	0	6	45	(9)
Alleen ID	0	0	0	2	6	1	9	(2)
Leeftijd en ID	0	0	0	3	0	0	3	(1)
Totaal	164	12	122	54	169	7	528	

5.3.5 Invloed van andere variabelen

Tijdens de bezoeken aan de verkooppunten werden door de mysteryshoppers en onderzoekersmedewerkers diverse kenmerken van het bezoek, het verkooppunt en de verkoper geregistreerd. Daarbij ging het om de dag van het bezoek, het totale aantal kassa's in het verkooppunt, het aantal kassa's dat open is op dat moment, het aantal klanten voor de mysteryshopper in de rij bij de kassa (gemiddeld 1,1), het aantal mensen achter de mysteryshopper in de rij bij de kassa (gemiddeld 0,71), de vraag of mysteryshopper de verkoper persoonlijk kende (dit bleek nooit het geval), het geslacht van de verkoper (38% mannelijk; 62% vrouwelijk), en de geschatte leeftijd van de verkoper (gemiddeld 30,2 jaar; minimum 15, maximum 60). In een logistische regressieanalyse bleek geen van deze variabelen van invloed op de naleving.

5.3.6 Bijzonderheden tijdens de bezoeken

Tot slot van de resultaten volgen nu enkele bijzonderheden die zich voordeden tijdens de mysteryshopbezoeken. Vijf keer werd door de verkoper aangegeven dat de game of dvd alleen kon worden aangeschaft indien

iemand ouder dan 16 jaar mee zou gaan naar de winkel of indien de jongere schriftelijke toestemming van de ouders kon overhandigen. Bij negen bezoeken waren de classificaties op de dvd of game niet of slecht zichtbaar, doordat de winkel een prijssticker of barcode over de pictogrammen had geplakt. In vijf gevallen maakte de verkoper de opmerking dat de game of dvd eigenlijk niet mocht worden verkocht aan de jongere. Desondanks ging de verkoop wel door. Bij de bioscoopbezoeken werd er vier keer kinderkorting gegeven aan de 11-jarige mysteryshoppers nadat hun naar de leeftijd was gevraagd. Bij de bibliotheekbezoeken kon twee keer gratis een dvd of game worden uitgezocht in verband met een tijdelijke aanbieding. Tot slot werd twee keer gevraagd met wie de jongere de film zou gaan bekijken, waarna één keer de dvd niet werd meegegeven en één keer wel.

5.4 Conclusies

Doel van dit deelonderzoek was om objectief vast te stellen in hoeverre de naleving rondom de verkoop van mediaproducten aan minderjarige jongeren, als belangrijk onderdeel van de co- en zelfreguleringsystemen Kijkwijzer en PEGI, in de praktijk functioneert. Uit de resultaten blijkt dat jongeren doorgaans weinig moeilijkheden ondervonden bij het aanschaffen van een dvd, game of bioscoopkaartje waarvoor ze eigenlijk te jong waren. De naleving was in totaal 14%. Wanneer de afstand tussen de leeftijd van de jongere en de classificatie van het audiovisuele product groter was, was ook de naleving hoger.

Van de verschillende verkooppunten die zijn bezocht, scoorden bioscopen het best (28%) wat betreft de naleving. Warenhuizen (3%) hielden zich het minst aan de leeftijdsclassificaties van Kijkwijzer en PEGI.

Vaak konden de jongeren de dvd of game aanschaffen zonder enige vorm van interventie. Vond er toch een interventie plaats, dan was een goede naleving van de leeftijdsclassificaties van Kijkwijzer en PEGI niet vanzelfsprekend. Werd er namelijk alleen naar de leeftijd van de jongere gevraagd, dan kon in een kwart van de gevallen alsnog de dvd of game worden aangeschaft. Wanneer alleen om identificatie werd gevraagd, kon zelfs in tweederde van de gevallen de dvd of game worden aangekocht. Het vragen naar zowel leeftijd als identificatie leidde wel tot naleving, dit betrof echter slechts drie gevallen.

Dat de jongeren bij vrijwel alle soorten verkooppunten gemakkelijk aan dvd's en games konden komen waarvoor ze te jong zijn, kan op twee manieren worden verklaard. Een eerste verklaring is dat de mysteryshoppers door de verkopers ouder werden ingeschat dan ze in werkelijkheid waren. De inschatting van de leeftijd van jongeren is, zo bleek ook uit de leeftijdsverificatietest, lastig voor mensen. Toch bevestigde diezelfde leeftijdsverificatietest (en ook het oordeel van de docenten die hielpen met

de selectie van de mysteryshoppers) dat de in het onderzoek betrokken mysteryshoppers realistische vertegenwoordigers van hun leeftijd waren. Bovendien zou een verkoper in alle gevallen waarin gerede twijfel bestaat aan het voldoen aan de leeftijdscriteria moeten vragen om identificatie. Van een dergelijke twijfel zou bij alle mysteryshoppers sprake moeten zijn, vooral in de conditie waarin 11-jarigen een *16 jaar*-product proberen te kopen. Het zou evenwel kunnen dat in de beleving van verkopers de verplichting om in twijfelgevallen om identificatie te vragen niet erg prominent aanwezig is. Daar zou gerichte voorlichting op kunnen plaatsvinden. Een tweede mogelijkheid is dat de verkopers zich wel realiseerden dat ze te maken hadden met iemand aan wie ze de bewuste dvd of game niet mochten verkopen, maar de verkoop desondanks door lieten gaan. Deze tweede verklaring wordt deels ondersteund door de bevinding dat in de gevallen waarbij wel wordt gevraagd naar de leeftijd of identificatie van de jongere alsnog het product wordt meegegeven. Een belangrijke vraag die nog open ligt, is waarom de verkopers hier dan toch voor kiezen. Een vragenlijstonderzoek, dat aan de orde komt in hoofdstuk 8, zal zich onder meer richten op deze vraag.

6 Naleving van de leeftijdsgrenzen televisie

In het vorige hoofdstuk is het eerste deel van het nalevingsonderzoek gepresenteerd. De naleving van de verkoop van audiovisuele media is onderzocht met behulp van mysteryshopping in bibliotheken, videotheken, bioscopen en diverse verkooppunten. Bij het uitzenden van televisie-programmering is de naleving door een andere branche relevant, namelijk de televisieomroepen.

Het Commissariaat voor de Media is belast met het metatoezicht op de kwaliteit van de NICAM-classificaties op het gebied van zowel televisie als film, video en dvd. Ten behoeve hiervan worden door het NICAM-bureau jaarlijks kwaliteitsrapportages verzorgd. In die rapportages staan onder andere de resultaten van steekproefsgewijs onderzoek naar de juistheid van Kijkwijzerclassificaties bij televisieprogramma's, televisiepromo's, videoclips, bioscoopfilms en trailers van bioscoopfilms en de vermelding van de pictogrammen bij filmladders, in omroepbladen en op teletekstpagina 282. Ook komen de resultaten van verschillende betrouwbaarheids-testen onder codeurs aan bod.

De omroepen zien niet wie ze allemaal blootstellen aan bepaalde programma's – de beslissing wie waarnaar kijkt, wordt immers in de huiskamer genomen – maar ze hebben wel de plicht om jongeren en ouders te waarschuwen voor uitzendingen die voor bepaalde leeftijdsgroepen schadelijk zijn. Ook dienen ze zich te houden aan de uitzendtijden, zoals bepaald in artikel 3 van het Deelreglement Televisie van het NICAM. Om deze naleving van de leeftijdsgrenzen door omroepen te onderzoeken zijn twee deelstudies uitgevoerd die in dit hoofdstuk gepresenteerd worden. In de eerste plaats is een inhoudsanalyse uitgevoerd die tot doel had de dekking (aard en omvang) van Kijkwijzer op televisie in kaart te brengen (paragraaf 6.1). Het tweede deelonderzoek bestond uit een additionele coderingsronde waarin leeftijdsclassificaties en waarschuwingspictogrammen van Kijkwijzer werden toegekend aan televisieprogramma's die niet voorzien waren van een Kijkwijzer-classificatie (paragraaf 6.2). Doel van het tweede deelonderzoek was vast te stellen in hoeverre niet-geclassificeerde televisieprogramma's eventueel toch schadelijke inhoud bevatten.

6.1 Inhoudsanalyse dekking Kijkwijzer

Kijkwijzer is erop gericht het leeuwendeel van de fictieve producties te classificeren, alsmede zo veel mogelijk niet-fictieve producties, waaronder reality-tv en talkshows, omdat deze producties elementen kunnen bevatten die schadelijk zijn voor jonge kijkers.

In dit deelonderzoek is de aard en omvang van Kijkwijzer op de Nederlandse televisie in kaart gebracht. Volgens het Deelreglement Televisie, vastgesteld door het Algemeen Bestuur van NICAM d.d. 18 mei 2006 dienen 'programmaonderdelen' (definitie Deelreglement: *duidelijk afge-*

bakend en als zodanig herkenbaar onderdeel van een programma) getoetst te worden op mogelijke schadelijke inhoud voor jeugdigen en indien dit het geval is, geclassificeerd te worden. Het gaat hier om programma's die van tevoren zijn opgenomen; live programma's en semi-live programma's worden niet met Kijkwijzer geclassificeerd. Bij de muziekzenders MTV en TMF is sinds 2006 elke programmastart wel voorzien van een Kijkwijzerpictogram en sinds mei 2007 worden de muziekclips gecodeerd volgens een specifieke classificatiemethode die speciaal door het NICAM voor videoclips is ontwikkeld.

Om te onderzoeken hoe deze classificatie er in de praktijk uitziet, zijn alle programmaonderdelen gedurende één televisieweek in dit onderzoek betrokken. In de week van zondag 7 oktober 2007 tot en met zaterdag 13 oktober 2007 zijn alle uitzendingen van de volgende twaalf zenders van 6 uur 's ochtends tot 12 uur 's nachts opgenomen en in het onderzoek geanalyseerd:

- Nederlandse Publieke Omroep (Nederland 1, Nederland 2, Nederland 3, inclusief de jeugdzenders Z@PP en Z@ppelin);
- RTL Nederland (RTL4, RTL5, RTL7, RTL8);
- SBS Groep (SBS6, NET5, Veronica, inclusief de jeugdzender Jetix);
- MTV Nederland (MTV, TMF).

Van alle uitgezonden programmaonderdelen zijn kenmerken van het betreffende programma en kenmerken van Kijkwijzer in kaart gebracht en geanalyseerd.

6.1.1 Codeerschema

Voor de inhoudsanalyse is een codeerschema opgesteld, waarin per programma de volgende informatie is verzameld:

- algemene kenmerken van het programma, namelijk dag, datum, zender, programmaam, categorie programma (zie box 3) en uitzendtijdstip volgens televisiegids;
- aanwezigheid of afwezigheid van Kijkwijzerpictogrammen;
- in geval van aanwezigheid van Kijkwijzerpictogrammen zijn daar de volgende kenmerken van gecodeerd: (1) de manier van Kijkwijzer tonen (beeld/geluid), (2) welke leeftijdsclassificatie, (3) welke waarschuwingpictogrammen, (4) de tijdsduur van de vertoning, (5) de locatie op het scherm, (6) de grootte van de pictogrammen, en (7) de manier van in beeld brengen (verschijnen/roteren/fade-in).

Om vooraf de hanteerbaarheid en betrouwbaarheid van het codeerschema vast te stellen, hebben twee codeurs, onafhankelijk van elkaar, 100 programma's gecodeerd (verdeeld over twee zenders: een publieke zender en een commerciële zender). Op twee onderdelen bleek de codering multi-interpretabel (grootte van de iconen en tijdsduur iconen in

beeld in seconden). Op basis daarvan is gekozen om de eerste codering aan te passen en de tijdsduur achteraf in drie categorieën in te delen. In de overige gevallen was de interbeoordelaarsbetrouwbaarheid in het vooronderzoek ruim voldoende (Cohen's kappa = 0,82 - 1,00)

**Box 3 De programmacategorieën
(gebaseerd op SKO* Hoofdingeling Televisie)**

1 Informatie/educatie	5 Muziek
1 Nieuws/actualiteit	6 Kinderen
2 Informatie/educatie	15 Fictie kinderen
3 Kunst & cultuur	16 Overig kinderen
4 Human interest	7 Reclame
5 Vrije tijd, advies, service	17 Commercials
2 Fictie	18 Teleshoppen & infomercial
6 Nederlandse series	19 Billboarding
7 Nederlandse films	8 Overig/onbekend
8 Buitenlandse series	20 Continuïteit
9 Buitenlandse films	21 Tekstuele informatie
3 Amusement	22 RTV programma-info
10 Spellen & quizzen	23 Storing
11 Cabaret & satire	24 Overig/onbekend
12 Overig amusement	
4 Sport	
13 Sportinformatie	
14 Sportreportage	

* Stichting Kijkonderzoek. De indeling is te vinden op de site kijkonderzoek.nl.

6.1.2 Beschrijving corpus

Gedurende één week werd per televisiezender dagelijks 18 uur aan uitzendingen in het onderzoek betrokken (van 's ochtends 6 uur tot 's nachts 12 uur). Dit komt neer op 126 uur per week. Het totale corpus van 1.512 uur uitgezonden televisie bevatte 18.601 onderdelen (programma-onderdelen, bumpers, reclames, storingen). Tabel 12 geeft een overzicht van de kenmerken van de in het onderzoek betrokken programma's.

Het overgrote deel van de programma's of programmaonderdelen (75%) betrof reclame (categorie 7; reclame valt niet onder Kijkwijzer, maar onder de Reclame Code Commissie) en programma-informatie (categorie 8: onder andere zenderpromo's en programma-aankondigingen), welke niet geïnclassificeerd hoeven te worden (definitie Deelreglement: *In afwijking*

van artikel 10 lid 1 Algemeen Reglement hoeft een promo niet geïnclassificeerd te worden). Het resterende kwart (4.641 programmaonderdelen) betrof informatieve programmering (9%), amusement (5%), kinderprogrammering (5%), fictie (3%), muziek (3%) en sport (1%). Het aantal programmaonderdelen bleek ruwweg evenredig verdeeld over de zeven weekdays, met op zaterdag minder programma's.

Tabel 12 Beschrijvende kenmerken van de programma's in het corpus

	Abs.	Perc.
Hoofdcategorie SKO		
1 Informatie/educatie	1.613	9
2 Fictie	622	3
3 Amusement	865	5
4 Sport	142	1
5 Muziek	528	3
6 Kinderen	871	5
7 Reclame	6.030	32
8 Overig/onbekend	7.930	43
Totaal	18.601	100
Zender		
Nederland 1	368	8
Nederland 2	261	6
Nederland 3	620	13
RTL4	369	8
RTL5	212	5
RTL7	573	12
RTL8	174	4
SBS6	327	7
NET5	311	7
Veronica	470	10
MTV	501	11
TMF	455	10
Totaal	4.641	100
Dag		
zondag	622	13
maandag	673	15
dinsdag	715	15
woensdag	735	15
donderdag	712	15
vrijdag	675	15
zaterdag	509	11
Totaal	4.641	100
Uitzendtijdstip		
06:00 – 20:00	3531	76
20:00 – 22:00	492	11
22:00 – 0:00	618	13
Totaal	4.641	100

Het aantal programma's verschilde per zender, afhankelijk van ochtend-programmering, het commerciële karakter en type zenderinhoud. Op Nederland 3 en op RTL7 werden de meeste programma's of programma-onderdelen aangeboden (ongeveer 600). RTL5 en RTL8 hadden het kleinste aantal programma's (ongeveer 200).

In verband met toetsing van de uitzendtijdstippen in relatie tot Kijkwijzer zijn de uitzendtijdstippen volgens de televisiegids in drie tijdframes gecodeerd: programma's die tussen 06:00 uur en 20:00 uur zijn uitgezonden (3.531), programma's uitgezonden tussen 20:00 uur en 22:00 uur (492) en programma's die na 22:00 uur zijn begonnen (618).

6.1.3 Overall resultaten

Zoals te zien in tabel 13, is in totaal bij 21% van alle 4.641 programma-onderdelen een Kijkwijzerpictogram getoond.¹ Meestal werd een leeftijdsclassificatie gebruikt, in combinatie met een of meerdere waarschuwingpictogrammen. De leeftijdsclassificatie *Alle leeftijden* is het vaakst gebruikt (hoewel het niet verplicht is om bij programma's die als *Alle leeftijden* zijn beoordeeld deze classificatie te communiceren, gebeurde dit 394 keer; het gaat in deze gevallen om geclassificeerde programma's), gevolgd door *6 jaar* (335), *12 jaar* (140) en *16 jaar* (89). In 3% van de gevallen dat een Kijkwijzerpictogram in beeld werd gebracht, is niet gebruikgemaakt van een leeftijdsclassificatie, maar alleen van een waarschuwingpictogram (alle 27 keer alleen het 'grof taalgebruik'-pictogram).

Tabel 13 Kenmerken Kijkwijzer (algemeen beschrijvend)

	Abs.	Perc.
Kijkwijzer getoond	985	21
Kijkwijzer niet getoond	3.656	79
Totaal	4.641	100
Leeftijdsclassificatie		
geen leeftijdsclassificatie	27	3
alle leeftijden	394	40
6 jaar	335	34
12 jaar	140	14
16 jaar	89	9
Totaal	985	100

1 Drie keer is met het tonen van Kijkwijzer ook een hoorbare waarschuwing uitgezonden. Het betrof twee keer een film en één keer de aankondiging van een serie. Deze gevallen zijn uit de verdere analyses weggelaten. In deze drie gevallen wordt voldaan aan de verplichtingen van de EU-richtlijn Audiovisuele Mediadiensten, die bepaalt dat ongecodeerde programma's voorafgegaan moeten worden door een akoestische waarschuwing of gedurende de gehele uitzending vergezeld moeten worden van een visueel symbool (artikel 22.3).

In de 985 keren dat Kijkwijzer in beeld kwam, zijn naast de 958 leeftijdsclassificaties 1.514 waarschuwingspictogrammen gebruikt (zie tabel 14). Het meest gebruikte waarschuwingspictogram was *Grof taalgebruik* (712), gevolgd door *Geweld* (352), *Angst* (231), *Seks* (132), *Drugs/alcohol* (85) en *Discriminatie* (2). Zoals eerder vermeld, is 27 keer geen leeftijdsclassificatie getoond, maar wel het waarschuwingspictogram *Grof taalgebruik* zelfstandig. Volgens artikel 4.2 van het Deelreglement Televisie hoeven programmaonderdelen die niet schadelijk zijn (oftewel geschikt voor *Alle leeftijden*) niet geïndiceerd te worden. Evenmin hoeft deze informatie gecommuniceerd te worden (artikel 4.3). De leeftijdsclassificatie *Alle leeftijden* is 15 keer zelfstandig gebruikt (dus zonder waarschuwingspictogrammen), de classificatie *6 jaar* is één keer zelfstandig gebruikt en bij *16 jaar* was dat twee keer; de classificatie *12 jaar* is nooit zonder waarschuwingspictogram gebruikt.

Tabel 14 Waarschuwingspictogrammen per leeftijdsclassificatie

	Geen leeftijds- classificatie (N=27)	Alle leeftijden (N=394)	6 jaar (N=335)	12 jaar (N=140)	16 jaar (N=89)	Totaal (N=985)
Geweld	0	0	271	57	24	352
Angst	0	0	180	47	4	231
Drugs/Alcohol	0	0	2	26	57	85
Discriminatie	0	0	0	2	0	2
Grof taalgebruik	27	372	140	90	83	712
Seks	0	11	0	56	65	132
Totaal	27	383	591	278	233	1.514
Geen pictogram	3.656	15	1	0	2	3.674

NB: Er waren meerdere (of geen) pictogrammen per leeftijdsclassificatie mogelijk.

6.1.4 Kenmerken vertoning Kijkwijzer

Veelal verschijnt Kijkwijzer direct (14%) of binnen vijf seconden (31%) na de aanvang van het programma in beeld. In ongeveer de helft van de gevallen wordt Kijkwijzer na meer dan vijf seconden in beeld gebracht. Zoals verder te zien is in tabel 15, was Kijkwijzer in meer dan de helft van de gevallen vier tot vijf seconden in beeld en in 21% van de gevallen was Kijkwijzer maximaal drie seconden in beeld. De overige 170 keer was Kijkwijzer meer dan vijf seconden in beeld, met een totaal gemiddelde van ruim zeven seconden. De pictogrammen verschenen meestal vanuit een stip om steeds groter tot een volledig pictogram te komen (fade-in; 56%), een ander deel van de pictogrammen verscheen ineens (24%). Daarnaast kende 19% van de pictogrammen een andere verschijningsvorm, bijvoorbeeld draaiend.

Tabel 15 Kenmerken vertoning Kijkwijzer

	Abs.	Perc.
Tijdsduur voor Kijkwijzer		
direct in beeld	134	14
1-5 seconden	302	31
> 5 seconden	549	56
Totaal	985	
Tijdsduur in beeld		
1 - 3 seconden	202	21
4 - 5 seconden	613	62
> 5 seconden	170	17
Totaal	985	
Gemiddeld	7,6 seconden	
Verschijningsvorm		
stilstaand / appear	240	24
fade-in	554	56
anders	191	19
Totaal	985	
Locatie horizontaal		
links	687	70
midden	1	0
rechts	297	30
Totaal	985	
Locatie verticaal		
boven	893	91
midden	1	0
onder	91	9
Totaal	985	
Grootte iconen		
gemiddeld / standaard	392	40
groter dan standaard	579	59
kleiner dan standaard	14	1
Totaal	985	

In tabel 15 is daarnaast af te lezen dat de pictogrammen meestal links (70%) en soms rechts (30%) op het scherm werden vertoond. Slechts in één geval werd het pictogram in het midden van het scherm vertoond (zowel op de horizontale als op de verticale as). De pictogrammen stonden veelal boven in het scherm (91%). Wat betreft de grootte van de pictogrammen werd in vier van de tien gevallen de 'standaardgrootte' gehanteerd; dit betekent dat de Kijkwijzerpictogrammen het formaat hadden van het stationslogo. In meer dan de helft (59%) van de gevallen waren de pictogrammen groter dan standaard en ongeveer 1% van de pictogrammen was kleiner dan standaard.

Het gebruik van de pictogrammen voor Kijkwijzer op televisie is vastgelegd in het Deelreglement Televisie, vastgesteld door het Algemeen Bestuur van het NICAM, d.d. 18 mei 2006. De programmering van de omroeporganisaties dient aan dit deelreglement te voldoen. In het Deelreglement staat beschreven dat Kijkwijzerclassificaties bij programmaonderdelen vijf seconden in beeld moeten worden gebracht (bij commercials en promo's is dat drie seconden). Er zijn geen regels opgenomen over de verschijningsvorm (bijvoorbeeld als fade-in), waardoor niet duidelijk is of met de vijf seconden bedoeld wordt dat de pictogrammen leesbaar en volledig in beeld moeten zijn of dat ook het verschijnen zelf (fade-in of roterend) al bij deze vijf seconden hoort. Ook wordt niet gesteld hoe absoluut deze vijf seconden genomen moet worden en of dit wellicht een ondergrens is (in plaats van absoluut). In de inhoudsanalyse is de tijd dat de iconen *volledig* in beeld zijn geregistreerd. Bij ongeveer de helft van de vertoningen was dit rond de vijf seconden. Bij ongeveer een vijfde van de vertoningen was dit korter en bij ongeveer 17% van de vertoningen was dit langer dan vijf seconden.

Ook wat betreft de grootte en de plek werd niet altijd consistent gehandeld. Volgens artikel 13.1 van het Deelreglement Televisie dient het pictogram de grootte van het stationslogo te hebben. Vaak hadden de pictogrammen een gemiddelde grootte (ongeveer de grootte van het betreffende stationslogo), maar bij de zenders TMF, Nederland 2 en Nederland 3 was dit vaak groter dan standaard. De zenders RTL4, 5 en 7 vertoonden de pictogrammen soms kleiner dan het stationslogo. De vertoning gebeurde meestal direct, soms na enkele seconden. Over het algemeen werden de meeste pictogrammen op gemiddelde grootte geprojecteerd (40%), in 59% van alle gevallen groter dan standaard en in 1% van de gevallen kleiner dan standaard. De plek waar de pictogrammen verschenen was afhankelijk van de plek van het stationslogo. Het deelreglement stelt dat de pictogrammen op de plek van het stationslogo dienen te verschijnen of als billboard voorafgaand aan het programmaonderdeel.

6.1.5 *Resultaten per programmatype*

Programma's uit de categorie sport waren één keer voorzien van een Kijkwijzer-classificatie (sport hoeft volgens Kijkwijzer ook niet geclassificeerd te worden), daarna volgen de categorieën amusement (11%), informatie/educatie (13%), kinderprogrammering (12%), fictie (18%) en muziek (46%). Zoals is te zien in tabel 16, werden bij informatieve programmering alle leeftijdsclassificaties gebruikt en gingen ze voornamelijk gepaard met de waarschuwingspictogrammen *Grof taalgebruik*, *Geweld* en *Angst*. Bij fictieve programmering werd voornamelijk de leeftijdsclassificatie *6 jaar* gebruikt, gevolgd door *12 jaar*. De andere twee classificaties (*Alle leeftijden* en *16 jaar*) bleken nauwelijks voor te komen bij dit programmatype. Hier was *Geweld* het meest gebruikte waarschuwingspictogram, gevolgd

door *Angst* en *Grof taalgebruik*. Programma's die vallen onder de categorie amusement droegen veelal de leeftijdsclassificatie *6 jaar*, gevolgd door *12 jaar* en *Alle leeftijden*. In deze categorie kwamen ook programma's voor zonder leeftijdsclassificatie en met alleen een waarschuwingspictogram (vooral *Grof taalgebruik*). Andere waarschuwingspictogrammen die bij amusement gebruikt werden, waren die voor *Geweld* en *Angst*.

Tabel 16 Gebruik Kijkwijzerpictogrammen per programmacategorie

	Informatie/ educatie (N=1.613)	Fictie (N=622)	Amusement (N=865)	Sport (N=142)	Muziek (N=528)	Kinderen (N=871)	Totaal 4.641
Getoond totaal	127 (13%*)	176 (18%)	113 (11%)	1 (0%)	449 (46%)	119 (12%)	985 100
Classificatie							
geen classificatie	3	1	16	0	2	5	27
alle leeftijden	22	1	16	0	347	8	394
6 jaar	47	126	55	1	0	106	335
12 jaar	34	42	23	0	41	0	140
16 jaar	21	6	3	0	59	0	89
Pictogram							
geweld	56	157	55	1	4	79	352
angst	45	92	46	1	0	47	231
drugs/alcohol	3	1	9	0	72	0	85
discriminatie	1	1	0	0	0	0	2
grof taalgebruik	78	86	91	0	440	17	712
seks	13	7	6	0	106	0	132

* Percentage ten opzichte van de 985 keren dat Kijkwijzerpictogram in beeld verschijnt.

Uit de tabel is op te maken dat muziekprogramma's behoorlijk vaak een Kijkwijzerclassificatie kregen: 21% van de programma's was voorzien van een of meer Kijkwijzerpictogrammen. Veruit de meest gebruikte leeftijdsclassificatie was het pictogram voor *Alle leeftijden*, op afstand gevolgd door *16 jaar* en *12 jaar*. Het waarschuwingspictogram dat bijna altijd werd gebruikt was dat van *Grof taalgebruik*. Daarna volgden *Seks* en *Drugs/alcohol*. Kinderprogrammering was het meest voorzien van de leeftijdsclassificatie *6 jaar*, gecombineerd met de pictogrammen *Geweld* en *Angst*.

6.1.6 Resultaten naar uitzendtijdstip

Aangaande het uitzendtijdstip van de programma's (al dan niet met Kijkwijzerclassificatie) zijn drie tijdframes gehanteerd, namelijk tussen 06:00 uur en 20:00 uur (719 programmaonderdelen met Kijkwijzer), tussen

20:00 uur en 22:00 uur (125 programmaonderdelen met Kijkwijzer) en na 22:00 uur (141 programmaonderdelen met Kijkwijzer). In alle tijdframes kwamen alle leeftijdsclassificaties en bijna alle waarschuwingspictogrammen voor (zie tabel 17).

Tabel 17 Gebruik leeftijdsclassificaties en waarschuwingspictogrammen per uitzendtijdstip

	Tijdframe		
	06:00 – 20:00	20:00 – 22:00	22:00 – 0:00
Getoond totaal	719	125	141
Classificatie			
geen leeftijdsclassificatie	14	5	8
alle leeftijden	371	14	9
6 jaar	294	22	19
12 jaar	31*	68	41
16 jaar	9*	16*	64
Pictogram			
geweld	264	52	36
angst	157	40	34
drugs/alcohol	5	13	67
discriminatie	0	1	1
grof taalgebruik	508	93	111
seks	14	48	70

* Het betreft hier overtredingen volgens het deelreglement. De programma's (of -onderdelen) zijn te vroeg uitgezonden.

Met betrekking tot *uitzendtijdstippen* staat in het deelreglement (artikel 3.1) dat programmaonderdelen met de leeftijdsclassificatie 'let op met kinderen tot 12 jaar' niet uitgezonden mogen worden voor 20:00 uur en 'let op met kinderen tot 16 jaar' niet voor 22:00 uur.

Uit de inhoudsanalyse blijkt dat 31 programmaonderdelen met de leeftijdsclassificatie 'let op met kinderen tot 12 jaar' zijn uitgezonden voor 20:00. Deze programma's zijn:

- Sixpack, MTV (maandag, woensdag, donderdag);
- Breakfast Club, MTV (3x zaterdag);
- Neon, Ned 2 (donderdag);
- Rumoer!, Ned 2 (donderdag);
- Holy Shit, Ned 3 (zondag);
- 10 jaar jonger, RTL 4 (zondag);
- Rocky, RTL 7 (woensdag);
- Moviefacts, TMF (3x zondag, 4x maandag, 4x dinsdag, woensdag, 2x donderdag, vrijdag, zaterdag);

- Wakker worden op vakantie, TMF (3x zaterdag);
- The making of Rush Hour 3, Veronica (zondag).

Uit de inhoudsanalyse blijkt ook dat 16 programmaonderdelen met de leeftijdsclassificatie 'let op met kinderen tot 16 jaar' zijn uitgezonden voor 22:00 uur. Dit zijn:

- TMF Pure, TMF (maandag);
- Movie Facts, TMF (woensdag, 2x donderdag, vrijdag, 2x zaterdag);
- TMF NL, TMF (2x woensdag);
- Party TMF, TMF (3x vrijdag);
- Zaternacht, TMF (4x zaterdag).

Negen programmaonderdelen met de leeftijdsclassificatie 'let op met kinderen tot 16 jaar' zijn zelfs voor 20:00 uur uitgezonden. Het is het programmaonderdeel Moviefacts op de zender TMF (woensdag, 3x donderdag, 4x vrijdag en zaterdag).²

6.2 Coderingsronde: inhoud van niet-geclassificeerde programma's

In de extra coderingsronde zijn veertien programma's door onderzoekersmedewerkers geïdentificeerd. Tien van deze programma's waren normaliter niet voorzien van een Kijkwijzerclassificatie (blijkens de inhoudsanalyse, zie vorige paragraaf), omdat deze programma's vallen in de categorieën live programma's en/of nieuws- en actualiteitenprogramma's. De vier overige programma's waren wel voorzien van Kijkwijzer en zijn door de onderzoekersmedewerkers nogmaals geïdentificeerd om te bepalen in hoeverre zij tot dezelfde classificering kwamen als de Kijkwijzercodeurs (zie bijlage 9).

6.2.1 Procedure

Op basis van de inhoudsanalyse zijn tien niet-geclassificeerde programma's geselecteerd en gecodeerd. Bij de selectie van deze programma's zijn de volgende inclusiecriteria gehanteerd:

- het programma valt in de categorie live programma en/of nieuws- en actualiteitenprogramma;
- het programma is bekend, met als indicator: het programma komt minimaal 20 keer voor in de database die is gebruikt voor de inhoudsanalyse in paragraaf 6.1;
- het programma bevat geen enkele keer een Kijkwijzerclassificatie.

² Fragmenten die worden vertoond in filmprogramma's dienen (zo mogelijk) de classificatie te bevatten van de productie waarvan zij zijn afgeleid of waaruit zij afkomstig zijn.

Nadat de tien programma's geselecteerd waren, is van ieder programma een lijst opgesteld van afzonderlijke afleveringen. Uit deze lijst is vervolgens random één aflevering geselecteerd. Op deze manier zijn uiteindelijk de volgende tien afleveringen van programma's geselecteerd voor de coderingsronde (zie tabel 18).

Tabel 18 Geselecteerde afleveringen van programma's

Programma	Zender	Vorm	Datum	Tijdstip
Journal	Ned 1	Live	Maandag 08-10	10:00 u
KRO Kindertijd	Ned 3	Opgenomen	Donderdag 11-10	12:55 u
RTL Voetbal	RTL4	Live	Zaterdag 13-10	18:30 u
De Gouden Kooi	RTL5	Semi live	Maandag 08-10	19:25 u
Jensen	RTL5	Semi live	Vrijdag 12-10	22:25 u
Tell Sell	NET5	Opgenomen	Vrijdag 05-10	13:00 u
Shownieuws	SBS6	Live	Dinsdag 09-10	22:50 u
Zing jezelf een TMF Award	TMF	Opgenomen	Zondag 07-10	18:00 u
My Super Sweet Sixteen	MTV	Opgenomen	Vrijdag 12-10	15:00 u
All Access	MTV	Opgenomen	Woensdag 10-10	21:40 u

Bij het coderen is zo veel mogelijk dezelfde procedure gevolgd als Kijkwijzer zelf hanteert bij het coderen van programma's (de onderzoekers hebben hetzelfde codeerschema gebruikt als Kijkwijzer, via www.kijkwijzer.nl). Alle Kijkwijzercodeurs worden door het NICAM getraind alvorens ze toegang krijgen tot het classificatiesysteem. Onderdeel van de training is een test. In verband met het vertrouwelijke karakter van dit deelonderzoek hebben de onderzoekers een dergelijke training van het NICAM niet gevolgd.

De tien geselecteerde programma's zijn volledig bekeken en door de twee individuele codeurs (los van elkaar) gecodeerd. De programma's zijn random uit de programmareeks geselecteerd. Vervolgens is de intercodeursbetrouwbaarheid berekend. Dit onderdeel van het onderzoek heeft slechts tot doel om te illustreren wat de situatie is bij de niet gecodeerde programmaonderdelen.

6.2.2 Resultaten


















Hieronder volgen de resultaten van de coderingsronde. Van de eerdergenoemde tien bekeken programma's zijn de toegekende classificaties weergegeven in tabel 19.

Per bekeken programma wordt de toegekende classificatie hieronder uitgelegd. Tevens is er aandacht voor problemen die tijdens het coderen zijn gesignaleerd.

Journal (Nederland 1) – Classificatie: Alle leeftijden

De betreffende aflevering was volledig vrij van schadelijke elementen.

Tabel 19 Toegekende classificaties aan bekeken programma's.

Programma	Zender	Vorm	Leeftijdsclass.	Waarschuwingspict.
Journal	Ned 1	Live		-
KRO Kindertijd	Ned 3	Opgenomen		-
RTL Voetbal	RTL4	Live		-
De Gouden Kooi	RTL5	Semi live		  
Jensen	RTL5	Semi live		 
Tell Sell	NET5	Opgenomen		-
Shownieuws	SBS6	Live		 
Zing jezelf een TMF Award	TMF	Opgenomen		-
My Super Sweet Sixteen	MTV	Opgenomen		-
All Access	MTV	Opgenomen		-

KRO Kindertijd (Nederland 3) – Classificatie: Alle leeftijden

De aflevering was volledig vrij van schadelijke elementen.

RTL Voetbal (RTL4) – Classificatie: Alle leeftijden

Er bestaat discussie over 'fysiek geweld'. In de definitie van Kijkwijzer moet het geweld willens en wetens gericht zijn op de persoon. Fysiek geweld van de ene speler gericht op zijn tegenstander tijdens een sportwedstrijd wordt hier niet onder geschaard.

De Gouden Kooi (RTL5) – Classificatie: 12 jaar, Seks, Geweld, Grof taalgebruik

Het geweld is indringend (komt hard aan, met slowmotion in beeld gebracht) en uitvoerbaar. Over de seksuele handelingen bestaat discussie. De seksuele opmerkingen vallen wellicht eerder onder grof taalgebruik dan onder seksueel georiënteerd taalgebruik. In dat geval komt het pictogram seks te vervallen. De leeftijdsclassificatie 12 jaar blijft.

Jensen (RTL5) – Classificatie: 12 jaar, geweld, grof taalgebruik

Volgens de sleutel van de Kijkwijzer is er geen sprake van dreiging van geweld wanneer het expliciet afkeuren van deze dreiging direct en onmiddellijk gebeurt. Tijdens de uitzending die is bekeken keurt de presentator van het programma (Robert Jensen) de dreiging wel af (wanneer daar sprake van is), maar niet in alle gevallen. Dit leidt tot de leeftijdsclassificatie 12 jaar. Ook valt er te discussiëren over de indringendheid van het geweld in een fragment dat wordt uitgezonden, dat gaat over het programma de Gouden Kooi.

Tell Sell (NET5) – Classificatie: Alle leeftijden

De aflevering was volledig vrij van schadelijke elementen.

Shownieuws (SBS6) – Classificatie: 6 jaar, Angst, Geweld

In de uitzending is er sprake van geweld. De vraag is of dit te bestempelen is als indringend (wat zou leiden tot de classificatie 12 jaar) of niet (wat leidt tot de classificatie 6 jaar). Uiteindelijk hebben beide codeurs gekozen voor het laatste.

Zing jezelf een TMF Award (TMF) – Classificatie: Alle leeftijden

De aflevering was volledig vrij van schadelijke elementen.

My Super Sweet Sixteen (MTV) – Classificatie: Alle leeftijden

De aflevering was (uiteindelijk) volledig vrij van schadelijke elementen. Het grove taalgebruik werd niet vertaald en de Engelse termen die als schelden zouden kunnen worden geïnterpreteerd, zijn weggepiept. Conform de sleutel van Kijkwijzer krijgt het programma dan geen 'grof taalgebruik'-pictogram.

All Access (MTV) – Classificatie: Alle leeftijden

In de betreffende uitzending komt enig seksueel georiënteerd taalgebruik voor, maar dit is uitgaande van de sleutel van Kijkwijzer niet voldoende voor een leeftijdsclassificatie hoger dan *Alle leeftijden*. Er is verder geen grof taalgebruik in de uitzending waargenomen.

6.3 Conclusies

Ten aanzien van het al dan niet uitzenden van Kijkwijzer op de televisie zijn drie hoofdconclusies te trekken. In de eerste plaats hebben niet alle programmaonderdelen een Kijkwijzerclassificatie (*theoretisch* gezien hoeft dit ook niet, want programma's die voor *Alle leeftijden* geschikt zijn hoeven niet geclassificeerd te worden, *praktisch* is dit voor de consument wellicht verwarrend, zeker als sommige programma's voor *Alle leeftijden* dan weer wel gecodeerd worden). Wat betreft de vorm van vertoning van Kijkwijzer bestaan ook onduidelijkheden ten aanzien van de lengte van de vertoning, verschijningsvorm en grootte. De reglementen zijn niet specifiek en multi-interpretabel. Uit de inhoudsanalyse blijkt dat Kijkwijzer in meer dan de helft van de gevallen vier tot vijf seconden in beeld was en in 21% van de gevallen was Kijkwijzer maximaal drie seconden in beeld. De overige 170 keer was Kijkwijzer meer dan vijf seconden in beeld, met een totaal gemiddelde van ruim zeven seconden. De derde hoofdconclusie betreft de uitzendtijdstippen; ondanks het tijdslot worden ook voor 20:00 uur en 22:00 uur programmaonderdelen vertoond die eigenlijk niet vertoond zouden mogen worden.

Een deel van de programma's die volgens de reglementen geen Kijkwijzer hoeven (of kunnen) krijgen, bevat inhoud die voorzien zou zijn van Kijkwijzerwaarschuwingen als deze programma's onderworpen zouden zijn aan Kijkwijzer. Hierbij dient opgemerkt te worden dat het dan gaat om live programma's die niet geclassificeerd kunnen worden of dat de afleveringen van deze programma's inhoudelijk sterk kunnen verschillen en dat een 'eerlijke' classificatie dus niet op de huidige manier van Kijkwijzer coderen zal kunnen geschieden (wellicht is dit, naast het recht op persvrijheid (artikel 7 Gw), ook de reden dat deze programma's nu niet geclassificeerd zijn).

7 Adviesfunctie verkopers

Kijkwijzer en PEGI kunnen door verkopers niet alleen gebruikt worden om de inschatting te maken of de verkoop van audiovisuele producten geoorloofd is. Beide systemen kunnen ook hun waarde hebben voor de advisering aan ouders. In dat geval staan de houding van de branche ten opzichte van de systemen en de verantwoordelijkheidsopvatting van de branche centraal. Hoe gaan verkopers om met de adviseringsfunctie? Welke rol spelen Kijkwijzer en PEGI bij de adviezen die ze geven? Om de naleving van leeftijdsgrenzen bij de advisering aan ouders te onderzoeken, is gebruikgemaakt van zogenoemde 'mysterycalls'. Dit houdt in dat verkopers van bibliotheken, videotheken, verkooppunten en bioscopen telefonisch zijn benaderd met een vraag van een 'bezorgde ouder'. Net als bij de mysterybezoeken werden de gesprekken gevoerd door getrainde onderzoeksmedewerkers, die volgens een vast script te werk gingen. Anders dan bij de mysterybezoeken zal naleving van de leeftijdsgrenzen van Kijkwijzer en PEGI bij advisering aan ouders niet tot een directe inkomstenderving leiden. Op deze manier wordt de waardering en houding van verkopers ten aanzien van beide systemen in kaart gebracht. Ouders kunnen verkopers in verschillende settings om advies vragen over de mogelijke schadelijkheid van films of games voor hun kinderen. In een ander deelonderzoek, waarin mogelijke redenen voor niet-naleving met behulp van een vragenlijst werden onderzocht (zie hoofdstuk 8), werd de vraag gesteld of verkopers wel eens worden gebeld met een vraag van een consument over Kijkwijzer of PEGI. Met betrekking tot Kijkwijzer kwam dit volgens 18% van de verkopers wel eens voor; met betrekking tot PEGI was dat 9%. Deze cijfers maken duidelijk dat dergelijke adviestelefoontjes geen schering en inslag zijn in de dagelijkse praktijk, maar dat ze wel degelijk voorkomen. In dit hoofdstuk wordt na de uitleg van de gebruikte methode (paragraaf 7.1) ingegaan op de resultaten van de diverse telefoongesprekken (paragraaf 7.2).

7.1 Methode

Het mysterycallonderzoek is uitgevoerd door twee onderzoeksmedewerkers (een man en een vrouw). De onderzoekers deden zich in de gesprekken voor als bezorgde vader (75 gesprekken) of moeder (74 gesprekken) die een verkoper telefonisch om advies wilde vragen.

Net als bij de mysterybezoeken (hoofdstuk 5) is er met drie verschillende situaties gewerkt:

- situatie 1: een 11-jarige jongere en een film of game voor 12 jaar (50 telefoongesprekken);
- situatie 2: een 11-jarige jongere en een film of game voor 16 jaar (51 telefoongesprekken);

- situatie 3: een 15-jarige jongere en een film of game voor 16 jaar (48 telefoongesprekken).

7.1.1 *Steekproef*

De keuze van de verkooppunten die in het mysterycallonderzoek zijn betrokken, was gebaseerd op het mysteryshoponderzoek. Uit de totale lijst van verkooppunten die in het mysteryshoponderzoek zijn bezocht (528) is een random selectie van 52 te bellen verkooppunten per conditie gemaakt. Uiteindelijk hebben er 149 telefoongesprekken plaatsgevonden; zeven van de geselecteerde verkooppunten bleken telefonisch onbereikbaar. Bij elk verkooppunt dat is gebeld, is dezelfde dvd of game genoemd als in het mysteryshoponderzoek. Op deze manier is aan verkopers dus altijd naar een product gevraagd dat ook daadwerkelijk in het betreffende verkooppunt verkocht werd.

Uiteindelijk zijn er 99 telefoongesprekken gehouden met een vraag over een dvd, 39 telefoongesprekken over een game en 11 telefoongesprekken met een bioscoopmedewerker (totaal 149).

Tabel 20 geeft het aantal gebelde verkooppunten per regio weer. De variatie in aantallen per type verkooppunt per regio is een gevolg van de aselecte steekproef uit het totale bestand.

Tabel 20 Steekproef van de gebelde verkooppunten (per regio)

Type verkooppunt	Oost	West	Zuid	Noord	Totaal
Speelgoedwinkel	8	8	7	9	32
Warenhuis	9	8	4	7	28
Cd/dvd-winkel	3	4	4	6	17
Gameshop	5	5	5	4	19
Videotheek	6	7	8	8	29
Bibliotheek	3	4	5	1	13
Bioscoop	4	2	1	4	11
Totaal	38	38	34	39	149

7.1.2 *Procedure*

Net als de mysteryshopbezoeken verliepen de telefoongesprekken volgens een vast protocol. De definitieve protocollen zijn tot stand gekomen na een pretest. Tijdens deze pretest zijn diverse verkooppunten buiten de vier onderzoeksregio's gebeld waarbij verschillende scripts zijn uitgetoetst. De eerste stap in het protocol betrof het aan de telefoon krijgen van de juiste medewerker binnen het verkooppunt. De onderzoeker vroeg aan de medewerker die de telefoon opnam, of het mogelijk was aan hem of haar een vraag te stellen over een dvd of game. Wanneer de medewerker aangaf

dat dit kon, was de juiste persoon gevonden. Was dit niet het geval, dan vroeg de onderzoeker naar de juiste persoon en werd doorverbonden. Wanneer de juiste medewerker was gevonden, werd de beginvraag gesteld. Bij de medewerkers van winkels, bibliotheken en videotheken ging het om de volgende beginvraag:

'Ik heb een tijdje geleden de dvd/game [titel dvd/game] bij u gekocht/gehuurd/geleend en nu wil mijn zoon/dochter van 11/15 dit met een aantal klasgenootjes gaan kijken. Ik zie alleen net pas dat er 12 jaar/16 jaar op de dvd/game staat, kan ik hen deze dvd/game toch met een gerust hart laten kijken/spelen?'

Bij de bioscoopmedewerkers werd de volgende beginvraag gebruikt:

'Mijn zoon/dochter is 11/15 jaar en wil met een paar klasgenootjes naar de film [titel film]. Ik zie alleen net pas dat die voor kinderen van 12/16 jaar en ouder geschikt is. Kan ik hen daar met een gerust hart naartoe sturen?'

De antwoorden van de medewerkers konden in principe in vier richtingen gaan. Medewerkers konden de vraag met 'ja' of 'nee' beantwoorden, ze konden geen uitspraak doen, of ze konden zeggen dat de ouders zelf moesten beslissen. Zie voor het volledige belschema bijlage 10.

Als de medewerkers de vraag met 'ja' of 'nee' beantwoordden en niet uit zichzelf een motivatie gaven, werd gevraagd om een motivatie. Aan medewerkers die met 'ja' antwoordden, werd gevraagd waarom het pictogram dan op de cover stond en of dit dan verder als nutteloos beschouwd kon worden. Aan medewerkers die met 'nee' antwoordden, werd gevraagd waarom de dvd, game of film niet geschikt was voor de jongere.

Als de medewerker aangaf geen uitspraak te kunnen (of willen) doen, werd toch aangedrongen op een uitspraak. De ouder vroeg dan nogmaals 'Maar wat denkt u zelf? Is het wel mogelijk om de dvd/game te kijken/spelen?' en vervolgens waarom het icoontje dan eigenlijk op de dvd/game stond. Als het antwoord was dat de ouder zelf moest beslissen, gaf de ouder aan erg onwetend te zijn en erg graag toch een vorm van advies te willen krijgen ('Zou u me misschien dan toch een soort van advies kunnen geven, want ik heb echt helemaal geen verstand van die icoontjes, of van films, dus ik weet echt niet of deze geschikt is voor mijn kind').

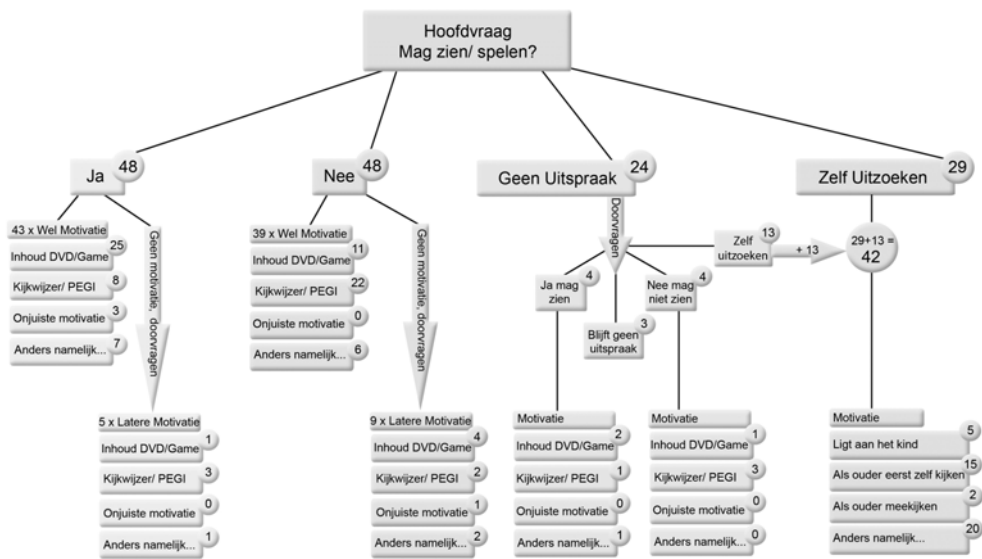
Aan het einde van het gesprek werd de verkoper bedankt voor het advies. De gesprekken met de 149 verkooppunten zijn, voor analysedoeleinden, digitaal opgenomen. Direct na het afronden van de analyses zijn de opnames vernietigd, in verband met het waarborgen van de privacy van de verkopers.

7.2 Resultaten

7.2.1 Overall resultaten

In totaal is 76 keer naar advies voor een zoon gevraagd en 73 keer naar advies voor een dochter. Het geslacht van de verkoper was verdeeld in 65 mannen en 84 vrouwen. De resultaten van alle mysterycalls zijn weergegeven in figuur 4.

Figuur 4 Antwoordschema van alle 149 uitgevoerde mysterycalls



In figuur 4 is te zien dat 48 verkopers (32%) ondanks de Kijkwijzer- of PEGI-leeftijds aanduiding adviseerden dat de jongere de film kon zien cq. de game kon spelen. Precies hetzelfde aantal verkopers adviseerde de ouder om de jongere niet bloot te stellen aan de dvd, film of game. Daarnaast waren er 24 verkopers (16%) die in eerste instantie geen uitspraak wilden doen, en 29 verkopers (19%) die stelden dat de ouders het zelf moesten beslissen.

Na aandringen op uitsluitel bij verkopers die aanvankelijk geen uitspraak deden, kwamen de aantallen als volgt te liggen: 52 verkopers (35%) zeiden 'ja', 52 verkopers (35%) 'nee', 3 verkopers (2%) hielden vol geen uitspraak te doen en 42 verkopers (28%) gaven aan dat ouders zelf moesten beslissen. Van de verkopers die uiteindelijk (dit is inclusief de verkopers die aanvankelijk geen advies gaven, maar dit wel deden na doorvragen) met 'ja' antwoordden (52), ging de meerderheid (28) bij de motivatie in op (eigen of tweedehands) ervaringen met de inhoud van de film of game. Daarnaast

waren er 12 verkopers die het belang van Kijkwijzer- of PEGI-classificaties relativeerden en 3 verkopers die een feitelijk onjuiste motivatie gaven (namelijk dat de leeftijdsclassificaties vooral betrekking hebben op de moeilijkheid voor kinderen van een bepaalde leeftijd). Tot slot waren er 9 verkopers die een andersoortige motivatie gaven. Voorbeelden daarvan zijn: 'Als het kind niet gauw bang is, kan het wel gewoon' en 'Dat ene jaartje verschil maakt niet zoveel uit'.

Van de verkopers die uiteindelijk met 'nee' antwoordden (52), waren er 27 die de Kijkwijzer- of PEGI-leeftijdsclassificatie als motivatie gaven. Daarnaast gingen 16 verkopers in op de inhoud van de film of game, was er 1 verkoper die een feitelijk onjuiste motivatie gaf (namelijk 'Ze snappen de humor niet') en vielen 8 motivaties in de categorie 'anders'. Hiervan redeneerden de meeste verkopers op basis van regelgeving. Eén verkoper gaf als reden dat het niet alleen om de eigen kinderen van de ouder ging en dat het daarom beter was niet te kijken/spelen.

Van de verkopers die uiteindelijk zeiden dat de ouders het zelf moesten beslissen (42), waren er 15 die zeiden dat de ouders het best eerst zelf de film of game konden bekijken om te bepalen of deze geschikt was, en waren er nog eens twee die de ouder aanraadden mee te kijken met het kind. Daarnaast waren er vijf verkopers die benadrukten dat het toch vooral ligt aan de ontwikkeling van het kind. Ten slotte waren er 20 verkopers die een andersoortige motivatie gaven. Kenmerkende uitspraken hier waren 'Ik heb echt geen idee. Ik ken de film niet, dus dat moet u echt zelf uitzoeken', 'Ik denk dat het wel kan, maar ik durf het niet met zekerheid te zeggen' en 'Ik heb zelf geen kinderen, dus ik zou het niet zo durven zeggen'.

Drie verkopers deden, ook na doorvragen, uiteindelijk geen uitspraak. De slotsom is dat Kijkwijzer en PEGI slechts in een beperkt aantal gevallen werden gebruikt in de adviezen die verkopers gaven. Slechts 52 verkopers (35%) adviseerden uiteindelijk conform de Kijkwijzer- en PEGI-classificaties. Van hen waren er slechts 27 (18%) die zich daarbij expliciet baseerden op deze classificaties.

7.2.2 Verschillen tussen scripts, geslacht verkoper en geslacht kind

Tabel 21 geeft een overzicht van de verschillen die er waren tussen de drie scripts die in dit onderzoek zijn gebruikt. De getallen vertegenwoordigen het uiteindelijke advies dat de verkopers gaven (dus nadat de ouder bij verkopers die aanvankelijk geen antwoord gaven, nogmaals hadden aangedrongen op een uitspraak). De hiermee corresponderende antwoord-schema's zijn opgenomen in bijlage 11.

Tabel 21 Beantwoording hoofdvraag per script (in %)

Script	Antwoord hoofdvraag (mag kind game/dvd/film spelen/kijken?)			
	Ja	Nee	Geen uitspraak	Zelf uitzoeken
11 jaar – classificatie 12 jaar	50	24	4	22
11 jaar – classificatie 16 jaar	18	59	0	24
15 jaar – classificatie 16 jaar	38	21	2	40

Uit de tabel blijkt dat de verkopers anders omgingen met het script waarin de afstand tussen de leeftijd van het kind en de leeftijdsclassificatie het grootst was. Dit resultaat is in lijn met de resultaten van de mysterybezoeken (hoofdstuk 5). Alleen in het script met een 11-jarig kind en een dvd of game met de classificatie *16 jaar* volgde de meerderheid van de verkopers de Kijkwijzer- of PEGI-classificatie. Een Kruskal-Wallis test wijst uit dat het gaat om een significant verschil tussen de drie scripts: in het script met een 11-jarig kind en een dvd of game met classificatie 16 jaar waren de verkopers significant strenger dan in de overige twee scripts ($p < 0,001$). Overigens is het ook hier opvallend dat zelfs in dit extreme script nog steeds 18% van de verkopers een positief advies gaf. In het script met de 15-jarige jongere waren er relatief veel verkopers die vonden dat de ouders maar zelf moesten beslissen.

In tabel 22 wordt een beeld gegeven van de verschillen tussen mannelijke en vrouwelijke verkopers bij het beantwoorden van de vraag. Ook hier is weer uitgegaan van de uiteindelijke adviezen die ze gaven.

Tabel 22 Beantwoording hoofdvraag naar geslacht verkoper (in %)

Geslacht verkoper	Antwoord hoofdvraag (mag kind game/dvd/film spelen/kijken?)			
	Ja	Nee	Geen uitspraak	Zelf uitzoeken
Man	44	31	0	25
Vrouw	27	38	4	31

Met behulp van een Mann-Whitney U test is nagegaan of er verschillen waren tussen mannelijke en vrouwelijke verkopers in hun beantwoording van de adviesvraag. Er lijkt weliswaar sprake te zijn van een tendens dat mannelijke verkopers minder streng adviseerden dan vrouwelijke verkopers, maar dit verschil was niet significant ($p < 0,10$).

Tot slot is nagegaan of het geslacht van het kind waarop de vraag betrekking had, van invloed was op het advies van de verkoper. De resultaten van deze analyse staan in tabel 23.

Tabel 23 Beantwoording hoofdvraag naar geslacht kind (in %)

Geslacht kind	Antwoord hoofdvraag (mag kind game/dvd/film spelen/kijken?)			
	Ja	Nee	Geen uitspraak	Zelf uitzoeken
Jongen	38	33	3	26
Meisje	32	37	1	30

Uit deze tabel blijkt dat er geen grote verschillen waren tussen de adviezen voor een zoon en de adviezen voor een dochter. Uit een Mann-Whitney U test blijkt dan ook dat de verschillen niet significant zijn.

7.3 Conclusies

De resultaten van de mysterycalls bevestigen in grote lijnen de bevindingen in de eerder beschreven mysterybezoeken (zie hoofdstuk 5). De systemen Kijkwijzer en PEGI lijken, ook wanneer het gaat om het adviseren van ouders, voor verkopers weinig gewicht in de schaal te leggen. Slechts 35% van de telefoongesprekken eindigde in een advies conform de Kijkwijzer- of PEGI-classificaties. Van deze negatieve adviezen werd slechts iets meer dan de helft expliciet gebaseerd op de Kijkwijzer- of PEGI-leeftijdsclassificaties. In de andere gevallen werd het advies gegeven op grond van andere overwegingen. Wel blijkt dat de verkopers anders omgingen met de situatie waarin de afstand tussen de leeftijd van het kind en de leeftijdsclassificatie het grootst was. Alleen in het script met een 11-jarig kind en een dvd of game met de classificatie *16 jaar* volgde de meerderheid van de verkopers de Kijkwijzer- of PEGI-classificatie. Deze resultaten zijn opmerkelijk omdat de drempel om de Kijkwijzer- of PEGI-classificaties te volgen in dit onderzoek om twee redenen aanmerkelijk lager was dan in het mysteryshoponderzoek. Ten eerste werden de verkopers hier niet geconfronteerd met een jongere die zelf een dvd of game wilde kopen (en daarmee de verkoper wilde aanzetten tot het overtreeden van de leeftijdsclassificaties), maar met een bezorgde ouder die in principe niet onwelwillend tegenover de Kijkwijzer- of PEGI-classificaties stond. Deze classificaties waren immers de aanleiding voor het telefoontje en bovendien werden de verkopers in dit onderzoek, in tegenstelling tot bij de mysterybezoeken, door de vraag van de ouders gewezen op de Kijkwijzer- of PEGI-classificatie. Ook in deze situatie bleken verkopers niet geneigd om veel aandacht te schenken aan de Kijkwijzer- of PEGI-classificaties. Ten tweede zou naleving van de leeftijdsgrenzen van Kijkwijzer en PEGI bij de advisering aan ouders niet tot een directe inkomstenderving leiden.

In de overwegingen van verkopers lijken de eigen kennis over de inhoud met films en games zeker zo belangrijk als de leeftijdsclassificaties van

Kijkwijzer en PEGI. Ook gaan verkopers vaak uit van de eigen verantwoordelijkheid van ouders, zelfs als die ouders hun om hulp vragen. Ze veronderstellen daarmee dat de richtlijnen van Kijkwijzer en PEGI te rigide zijn en dat de eindverantwoordelijkheid voor blootstelling bij de ouders blijft liggen. Feitelijk gaan ze hier voorbij aan hun maatschappelijke verantwoordelijkheid daar waar ouders die verantwoordelijkheid niet (kunnen of willen) nemen.

In een beperkt aantal gevallen bleken de verkopers niet goed op de hoogte van de betekenis van de leeftijdsclassificaties van Kijkwijzer of PEGI. Ze zagen de leeftijdsclassificaties bijvoorbeeld meer als classificatie van de moeilijkheid dan als classificatie van schadelijke inhoud. Zowel voor films als voor games is die veronderstelling onjuist.

8 Kennis van en draagvlak voor de systemen en redenen voor (niet-)naleving

Uit de resultaten van de mysterybezoeken (hoofdstuk 5) en mysterycalls (hoofdstuk 7) is gebleken dat de naleving van de leeftijdsgrenzen van Kijkwijzer en PEGI problematisch is. Het lukt minderjarige jongeren relatief vaak mediaproducten mee te krijgen die volgens de leeftijdsclassificaties nog niet voor hen bestemd zijn. En ook in hun adviezen aan ouders laten verkopers zich weinig gelegen liggen aan de leeftijdsclassificaties van Kijkwijzer en PEGI. In dit hoofdstuk wordt het onderzoek beschreven dat tot doel had te achterhalen hoe het komt dat verkopers zich niet houden aan de leeftijdsclassificaties van Kijkwijzer en PEGI. Op deze wijze wordt gezocht naar aanknopingspunten om de branche ertoe aan te zetten en/of te faciliteren zich beter aan de leeftijdsgrenzen te houden. Het onderzoek vond plaats met behulp van schriftelijke vragenlijsten, die verspreid zijn onder medewerkers van bibliotheken, videotheken, bioscopen en winkels die eerder in het mysteryshoponderzoek zijn betrokken. Voor de opzet van de vragenlijst is gebruikgemaakt van diverse bronnen. Een belangrijke bron is de Tafel van Elf (Ministerie van Justitie, 2004), een onderzoeksinstrument bestaande uit elf dimensies die het al dan niet naleven van wet- en regelgeving kunnen verklaren. Kennis en draagvlak maken deel uit van deze dimensies. Hetzelfde geldt voor de gepercipieerde handhaving en sanctionering.

De Tafel van Elf lijkt echter uit te gaan van een sterk rationele besluitvorming bij de keuze om bepaalde regels wel of niet na te leven. Ook gaat het instrument voorbij aan de interactie tussen meerdere groepen, die juist in de context van de leeftijdshandhaving van belang lijkt. Zo zijn er bij iedere transactie ten minste vier partijen betrokken: de verkoper/medewerker, de organisatie waar de verkoper/medewerker deel van uitmaakt, de jongere zelf en (direct danwel indirect) de ouder(s) van de jongere.

8.1 Methode

8.1.1 Vragenlijst

In de vragenlijst zijn de verkopers bevestigd op drie punten: (a) hun kennis over de systemen Kijkwijzer en PEGI, (b) het draagvlak voor Kijkwijzer en PEGI en de mogelijke redenen om de leeftijdsclassificaties niet na te leven, en (c) hun achtergrondkenmerken. De volledige vragenlijst is te vinden in bijlage 12.

Onderdeel A: Kennisvragen

In het eerste gedeelte van de vragenlijst (onderdeel A) zijn kennisvragen gesteld. Dit deel begon met twee open vragen, namelijk 'wat is Kijkwijzer?' en 'wat is PEGI?'. De respondent werd bij deze vragen geacht

zelf een antwoord te formuleren. Vervolgens diende de respondent aan te geven op welke mediaproducten Kijkwijzer en PEGI van toepassing zijn. Antwoordmogelijkheden hierbij waren: tv-programma's, internet, in de bioscoop, dvd's, cd's, boeken, games, mobiele telefoons, tijdschriften, filmposters, televisiegids, winkeldeuren en teletekst. Vervolgens werd dat gedeelte van de vragenlijst ingenomen door de onderzoeker. In het tweede deel van onderdeel A werd de respondent gevraagd of Kijkwijzer en PEGI bestaan uit een leeftijdsclassificatie, waarschuwingssymbolen of beide. Onderdeel A werd afgesloten met 20 meerkeuzevragen (steeds met drie antwoordmogelijkheden) die dieper ingingen op de pictogrammen van Kijkwijzer en PEGI en de betekenis ervan.

Onderdeel B: Draagvlak en redenen voor niet-naleving

In onderdeel B zijn in totaal 86 stellingen aan de respondenten voorgelegd welke beantwoord dienden te worden door middel van vijfpunts Likertschalen, lopend van (1) helemaal mee oneens tot en met (5) helemaal mee eens. De stellingen zijn gebaseerd op de volgende constructen:

- Compliance: de mate waarin de verkopers zich zeggen te houden aan de leeftijdsgrenzen zoals die door Kijkwijzer en PEGI worden vastgesteld. Dit construct is gemeten met twaalf items, die samen een betrouwbare schaal vormden (Cronbach's alfa¹ = 0,81). Voorbeelditems zijn: 'Ik verkoop geen dvd's of games met classificatie 16 aan jongeren die nog maar 15 zijn' en 'In onze winkel houden we ons aan de leeftijdsclassificaties van Kijkwijzer en PEGI'.
- Bekendheid/duidelijkheid regels: de eigen inschatting van de verkopers over de bekendheid en de duidelijkheid van de regels die door Kijkwijzer en PEGI worden opgelegd. Dit construct is gemeten met negen items, die een voldoende betrouwbare schaal vormden (Cronbach's alfa = 0,71). Voorbeelditems zijn: 'Ik ken de regels van Kijkwijzer goed' en 'De regels van Kijkwijzer zijn te gecompliceerd'.
- Acceptatie beleidsdoel: de mate waarin de verkopers onderschrijven dat jongeren beschermd moeten worden tegen schadelijke media-inhoud. Dit is gemeten met twee items, die geen betrouwbaar construct vormden²: 'Ik vind dat jongeren door regelgeving beschermd moeten worden tegen dvd's en games met schadelijke inhoud' en 'Ik denk dat dvd's en games schadelijke effecten kunnen hebben als jongeren er te vroeg mee in aanraking komen'.
- Acceptatie uitvoering beleid (persoonlijk): de eigen opvattingen van de verkopers over het belang van het naleven van Kijkwijzer- en PEGI-leeftijdsclassificaties. Dit construct is gemeten met twaalf items, die

1 De Cronbach's alfa (α) geeft een indicatie van de betrouwbaarheid van de constructen in de vragenlijst. De alfa geeft aan in hoeverre de items die samen een construct zouden moeten vormen, daadwerkelijk hetzelfde onderliggende construct meten. Het wetenschappelijk aanvaardbare minimum is 0.6.

2 Een onvoldoende betrouwbaar construct houdt in dat de items niet hetzelfde onderliggende construct meten.

een voldoende betrouwbare schaal vormden (Cronbach's alfa = 0,79). Voorbeelditems zijn: 'Als jongeren een dvd of game niet in onze winkel zouden meekrijgen, kopen ze die gewoon in een andere winkel' en 'Ik vind de waarschuwingssymbolen op dvd's en games overdreven'.

- Acceptatie uitvoering beleid (organisatie): de inschatting die de verkoper heeft van het belang dat de organisatie hecht aan de naleving van Kijkwijzer- en PEGI-leeftijdsclassificaties. Dit construct is gemeten met vijf items, die samen een betrouwbare schaal vormen (Cronbach's alfa = 0,88). Voorbeelditems waren: 'In onze winkel worden Kijkwijzer en PEGI niet serieus genomen' en 'Onze winkel steunt de richtlijnen van Kijkwijzer en PEGI'.
- Verantwoordelijkheid: de mate waarin de verkopers onderschrijven dat verkooppunten verantwoordelijk zijn voor de dvd's en games die ze aan jongeren verkopen. Dit construct is gemeten met twee items, die samen een voldoende betrouwbaar construct vormen (Cronbach's alfa = 0,74). De items zijn: 'Ik vind dat wij als verkopers verantwoordelijk zijn voor de dvd's en games die jongeren kopen' en 'Ik vind dat winkels/ketens verantwoordelijk zijn voor de dvd's en games die jongeren kopen'. Daarnaast zijn twee vragen gesteld die ingaan op de verantwoordelijkheid van de andere betrokken partijen: de ouders en de jongeren zelf.
- Praktische haalbaarheid: de mate waarin verkopers zichzelf in staat achten om effectief aan naleving van de Kijkwijzer- en PEGI-leeftijdsclassificaties te doen. Dit construct is gemeten met acht items, die een voldoende betrouwbare schaal vormden (Cronbach's alfa = 0,70). Voorbeelditems zijn: 'Ik vind het moeilijk om zelf de leeftijd van jongeren in te schatten' en 'Ik krijg als verkoper problemen als ik een jongere vraag om een identiteitsbewijs'.
- Wettelijke grondslag: de mate waarin verkopers een wettelijke verplichting onderkennen om zich te houden aan Kijkwijzer en PEGI. Dit construct is gemeten met vijf items, die samen een betrouwbare schaal vormden (Cronbach's alfa = 0,83). Voorbeelditems zijn: 'Winkels zijn strafbaar als ze een dvd of game met classificatie 16 verkopen aan een jongere van 15' en 'Ik hoef als verkoper niets te doen met Kijkwijzer en PEGI, het zijn namelijk adviezen aan ouders'.
- Kosten/baten: de mate waarin verkopers voor- en nadelen onderkennen voor de eigen organisatie aan het naleven van Kijkwijzer- of PEGI-leeftijdsclassificaties. Dit construct is gemeten met vijf items, die samen een voldoende betrouwbare schaal vormden (Cronbach's alfa = 0,70). Voorbeelditems zijn: 'Streng zijn bij de verkoop van dvd's en games aan jongeren is slecht voor ons klantenbestand' en 'Als we ons houden aan de leeftijdsgrenzen van Kijkwijzer en PEGI, komt dat ten goede aan de naam van onze winkel'.
- Normgetrouwheid: de mate waarin verkopers en organisaties normaal gesproken geneigd zijn om zich aan de regels te houden. Dit construct

is gemeten met zes items, die samen een enigszins betrouwbare schaal vormden (Cronbach's $\alpha = 0,61$). Voorbeelditems zijn: 'Ik vind dat ik me aan de regels hoor te houden' en 'Ik vind dat ik me alléén aan regels moet houden als deze voordelig zijn voor onze winkel'.

- Controle (intern en extern): de inschatting van verkopers over het toezicht en de controle op naleving van Kijkwijzer- en PEGI-leeftijdsclassificaties. Dit construct is gemeten met twaalf items, die samen een betrouwbare schaal vormden (Cronbach's $\alpha = 0,76$). Voorbeelditems zijn: 'Als onze winkel zich niet houdt aan Kijkwijzer of PEGI, is de kans groot dat dit wordt ontdekt' en 'De kans dat een controleur ten behoeve van de naleving van Kijkwijzer onze winkel bezoekt, is klein'.
- Sancties: de inschatting van verkopers over de sancties die kunnen worden opgelegd wanneer een overtreding van de Kijkwijzer- of PEGI-leeftijdsgrenzen wordt geconstateerd. Dit is gemeten met vier items, die samen geen betrouwbaar construct vormden. Twee voorbeelditems zijn: 'De boetes die gegeven worden bij overtredingen van Kijkwijzer/PEGI vind ik hoog' en 'Als mijn baas ontdekt dat ik me niet houd aan Kijkwijzer of PEGI, neemt hij een maatregel'.
- Overall waardering voor Kijkwijzer en PEGI: aan het einde van de vragenlijst werd de respondenten gevraagd om een totaaloordeel te geven voor de systemen van Kijkwijzer en PEGI. Dit moesten ze doen in de vorm van rapportcijfers.

Alle stellingen die onder deze constructen vallen, zijn in de uiteindelijke vragenlijst aan de verkopers ingedeeld in de volgende onderdelen: (a) vragen over uzelf; (b) vragen over uw collega's en (c) vragen over uw winkel. De medewerkers van bioscopen ontvingen een iets andere versie van de vragenlijst dan de medewerkers van de diverse verkooppunten. Verschillen betroffen de vervanging van de woorden 'dvd/game' in 'filmkaartje' en het verwijderen van vragen die specifiek over het systeem PEGI gaan, omdat medewerkers van bioscopen hier niet mee te maken krijgen.

Onderdeel C: achtergrondvariabelen

Het laatste onderdeel van de vragenlijst betrof achtergrondvariabelen van de respondent (geslacht, leeftijd, type verkooppunt, functie van de respondent en het wel of niet hebben van eigen kinderen in verband met leeftijdsinschatting).

8.1.2 Steekproef

De vragenlijst is afgenomen bij alle aanbieders van audiovisuele media die in de deelonderzoeken naar de naleving (mysteryshop en mysterycalls) zijn betrokken. Onderzoeksmedewerkers hebben deze verkooppunten bezocht en de verkopers uitgenodigd de vragenlijst in te vullen. Om de respons te vergroten maakten de verkopers direct kans op een waardebon.

Indien mogelijk deden meerdere medewerkers per verkooppunt mee aan dit deelonderzoek. Hierbij was een maximum gesteld van drie medewerkers per verkooppunt (hetzelfde aantal als bij de mysterybezoeken, waarbij verkooppunten eveneens drie keer zijn bezocht: een 11-jarige koopt een 12 jaar-product, een 11-jarige koopt een 16 jaar-product en een 15-jarige koopt een 16 jaar-product). Wanneer meerdere verkopers van een verkooppunt aan het onderzoek wilden deelnemen, dienden zij uiteraard de vragenlijst individueel in te vullen.

Uiteindelijk hebben 57 mannelijke (48%) en 61 vrouwelijke (52%) verkopers de vragenlijst ingevuld. De gemiddelde leeftijd van de respondenten was 30,2 jaar, met een minimumleeftijd van 17 en een maximumleeftijd van 58 jaar. Tabel 24 geeft de verdeling van de respondenten over de verschillende typen verkooppunten. De meeste respondenten hadden de functie van verkoper (62%), gevolgd door leidinggevende (29%) en *anders* (9%; voorbeelden hiervan zijn stagiair(e) of servicemedewerker). Ongeveer een kwart (27%) van de respondenten had zelf kinderen; 9% had kinderen in de leeftijdsgroep van 10 tot en met 16 jaar.

Tabel 24 Respondenten per type verkooppunt en regio

Verkooppunt	Oost	West	Zuid	Noord	Totaal
Speelgoedwinkel	7	3	2	4	16
Warenhuis	12	10	11	6	39
Cd/dvd-winkel	4	7	7	3	21
Gameshop	5	3	6	3	17
Videotheek	6	6	4	2	18
Bibliotheek	1	1	0	1	3
Bioscoop	4	0	0	0	4
Totaal	39	30	30	19	118

8.2 Resultaten

In het resulatendeel wordt geen onderscheid gemaakt tussen de verschillende aanbieders, aangezien in de praktijk bijna alle aanbieders met zowel dvd's als games te maken hebben (speelgoedwinkels, warenhuizen, cd/dvd-winkels, videotheken en bibliotheken). Dit geldt niet voor de gameshops en bioscopen, maar het relatief kleine aantal van deze verkooppunten in de steekproef maakt aparte analyses voor deze aanbieders niet zinvol.

8.2.1 Kennis van Kijkwijzer en PEGI

In dit onderdeel komen de kennisvragen over Kijkwijzer en PEGI aan de orde. Begonnen wordt met de twee open vragen over de beide systemen. Vervolgens worden de meer gedetailleerde gesloten vragen behandeld.

Wat is Kijkwijzer?

De open vraag wat Kijkwijzer is, is niet beantwoord door 17 van de 118 respondenten (14%). Van de 101 respondenten die wél een antwoord gaven, stelde 81% dat Kijkwijzer leeftijdsclassificaties voor mediaproducten geeft; 34% van de respondenten noemde waarschuwingspictogrammen. De meeste respondenten (60%) noemden in hun spontane omschrijving ook correcte mediaproducten waarop Kijkwijzer betrekking heeft (films, dvd's en televisieprogramma's). Aan de andere kant dacht 13% van de respondenten dat Kijkwijzer ook van toepassing is op games. Uit de omschrijvingen blijkt dat veel respondenten een vrijblijvende interpretatie gaven aan het gebruik van Kijkwijzer: 41% sprak over informatie of voorlichting, 26% over advies of waarschuwingen en slechts 7% dichtte Kijkwijzer een meer verplichtend karakter toe. Eén respondent gaf aan niet te weten wat Kijkwijzer was en een andere respondent gaf een antwoord dat helemaal in de verkeerde richting zat ('Een Kijkwijzer is iets waar je producten kunt vergelijken of info op kunt verzamelen'). Tot slot viel op dat er tien respondenten waren die Kijkwijzer zagen als een genreaanduiding ('Een aanduiding voor in welk genre een dvd valt') en dat vijf respondenten Kijkwijzer primair beschreven als hulpmiddel voor ouders ('Het waarschuwt ouders of iets schadelijk kan zijn voor hun kinderen'). Al met al kan op basis van deze vraag geconcludeerd worden dat er onder verkopers redelijke kennis bestaat over Kijkwijzer, maar dat deze kennis nog niet op alle punten correct en toereikend is.

Wat is PEGI?

De vraag wat PEGI is, werd niet beantwoord door 53 respondenten (45%). Van de respondenten die de vraag wél beantwoordden, waren er relatief veel (26%) die in hun beschrijving de analogie met Kijkwijzer aanhaalden ('Hetzelfde als Kijkwijzer maar dan voor spelletjes'). In meer inhoudelijke beschrijvingen noemde 37% dat PEGI leeftijdsclassificaties geeft; 9% van de respondenten refereerde aan de waarschuwingspictogrammen. De meeste respondenten (63%) wisten dat PEGI betrekking heeft op games; 12% noemde echter ook films en dvd's. Ook bij PEGI werd een overwegend vrijblijvende interpretatie gegeven aan het gebruik: 28% sprak van voorlichting of informatie, 11% van advies of waarschuwingen en 6% over een verplichting ('De minimale leeftijd die de aankoper moet hebben om het product mee te krijgen'). Elf respondenten hadden geen idee wat PEGI is en twee respondenten gaven een antwoord dat helemaal fout was ('Soort auteursrecht' en 'Een speeladvies voor games'). Twee respondenten dachten dat PEGI een genreaanduiding gaf en twee andere respondenten zagen het systeem primair als hulpmiddel voor ouders. Resumerend lijkt het totaalbeeld van de kennis onder verkopers over PEGI wat minder positief dan dat over Kijkwijzer.

Toepassing van Kijkwijzer en PEGI

In een gesloten vraag moesten de respondenten vervolgens aangeven waarop de symbolen van Kijkwijzer en PEGI zijn terug te vinden. De resultaten hiervan staan in tabel 25. Deze resultaten bevestigen de resultaten van de twee voorgaande vragen. Kijkwijzer lijkt bekender dan PEGI. Een flinke meerderheid van de respondenten wist dat Kijkwijzer te vinden is bij televisieprogramma's, in de bioscoop en op dvd's. Opvallend is dat 57% ten onrechte veronderstelde dat Kijkwijzer ook op games te vinden is, terwijl slechts 50% wist dat PEGI van toepassing is op games.

Tabel 25 Waar kan men Kijkwijzer en PEGI terugvinden (in %)?

	Kijkwijzer	PEGI
Bij televisieprogramma's	83*	18
Op het internet	41	21
In de bioscoop	82*	14
Op dvd's	86*	22
Op cd's	17	14
Op boeken	5	5
Op games (computerspellen)	57	50*
Op mobiele telefoons	2*	3
In tijdschriften	9	8
Op filmposters	43*	9
In de televisiegids	70*	11
Op winkeldeuren	6	1
Op teletekst	38*	9

* Deze percentages corresponderen met correcte antwoorden.

Waaruit bestaan Kijkwijzer en PEGI?

Op de vraag waaruit Kijkwijzer en PEGI bestaan, antwoordde 91% van de respondenten correct: een combinatie van een leeftijdsclassificatie en eventuele waarschuwingssymbolen. De leeftijdsclassificaties worden volgens 66% van de verkopers bepaald door mensen uit de wereld van tv, film, game en dvd zelf. Dit is het juiste antwoord. Een kleiner deel van de respondenten (22%) dacht dat de classificaties worden bepaald door een groep wetenschappers. De overige respondenten (12%) dachten dat ouders dit bepalen.

Meer dan driekwart van de respondenten (80%) wist dat Kijkwijzer naast de leeftijdsclassificaties uit de volgende pictogrammen bestaat: vuist, spin, voetjes, zwart/witte mannetjes, spuit en schreeuwend mannetje. Ook kregen de respondenten twee pictogrammen van Kijkwijzer te zien ('16 jaar' en 'grof taalgebruik'). De meeste verkopers (62%) herkenden deze als zodanig; een deel van de verkopers (15%) dacht echter dat het ging om PEGI-pictogrammen en de overige respondenten (22%) wisten het niet.














Betekenis van leeftijdsclassificaties

Wat de leeftijds pictogrammen van Kijkwijzer en PEGI precies betekenen, was niet helemaal duidelijk bij de verkopers. Een meerderheid (Kijkwijzer: 68%, PEGI: 68%) wist dat een leeftijds pictogram betekent dat de inhoud van een bepaald(e) dvd, programma of game schadelijke effecten kan hebben op jongeren die die leeftijd nog niet hebben bereikt. Een andere groep (Kijkwijzer: 29%, PEGI: 22%) dacht dat ze alleen bedoeld zijn als advies aan ouders. Een wat kleinere groep verkopers (Kijkwijzer: 3%, PEGI: 11%) dacht dat een leeftijdsclassificatie aangeeft of een bepaald(e) dvd, programma of game te moeilijk is voor jongeren onder die leeftijd. De implicaties van de leeftijdsclassificaties van Kijkwijzer voor de eigen winkel waren ook niet goed bekend. De meeste verkopers (57%) dachten dat de winkel dient aan te geven aan de koper dat een dvd *niet geschikt* is voor iemand die jonger is dan de genoemde leeftijd; 44% gaf aan dat een winkel de desbetreffende dvd *niet mag verkopen* aan iemand die jonger is dan de genoemde leeftijd. De volgende vraag was wanneer een winkel strafbaar is. De meeste verkopers (41%) wisten dat dit het geval is bij zowel de 12 jaar-grens als de 16 jaar-grens; 17% dacht dat een wettelijk verbod alleen van toepassing is op de 16 jaar-grens.

Betekenis van de waarschuwpictogrammen van Kijkwijzer en PEGI

De kennisvragen werden afgesloten met vragen over de betekenis van de pictogrammen van de beide classificatiesystemen. Tabel 26 geeft de percentages goed ingevulde antwoorden weer. Over het algemeen werd aan de pictogrammen van Kijkwijzer vaker een juiste betekenis toegekend dan aan de pictogrammen van PEGI.

Tabel 26 Betekenis van de pictogrammen

	Geweld	Angst	Seks	Discriminatie	Drugs/alcohol	Grof taal	Gokken
Kijkwijzer							
% juist geantwoord	99	92	98	83	76	97	
PEGI							
% juist geantwoord	95	92	67	57	97	95	87

Uit de tabel blijkt dat de Kijkwijzer-pictogrammen voor geweld, seks, grof taalgebruik en angst goed bekend waren bij de verkopers. Aan de pictogrammen voor discriminatie en drugs/alcohol werd minder vaak de juiste betekenis toegekend. Bij het angstpictogram dachten sommige verkopers (7%) dat er enge dieren in het programma voorkomen. Het pictogram voor discriminatie werd vaak verward met het voorkomen van dreiging in een programma (16%). Bij het drugs/alcoholpictogram dachten veel verkopers

(22%) ten onrechte dat er alleen drugs in het programma voorkomen en geen alcohol.

Bij de PEGI-symbolen werd juist het pictogram voor drugs/alcohol het best geïnterpreteerd, gevolgd door grof taalgebruik, geweld en angst. De pictogrammen voor gokken, seks en vooral discriminatie waren minder bekend. Bij gokken werd door een aantal respondenten (10%) gedacht dat het om een spelprogramma ging. Het pictogram voor seks werd verward met liefde (31%). Het pictogram voor discriminatie werd vaak (40%) verward met de aanbeveling dat ouders dienen mee te kijken bij de game.

Totaalbeeld

Het totaalbeeld dat uit de kennisvragen naar voren komt, is dat er op dit punt sprake is van een zwakke schakel in de systemen van co- en zelfregulering. Verkopers spelen een cruciale rol bij de handhaving van beide systemen. Weliswaar hadden de meeste verkopers wel eens gehoord van Kijkwijzer en (in mindere mate) PEGI, weten ze globaal wat de systemen inhouden, maar waren er toch nog veel misverstanden en onduidelijkheden. De gemiddelde totaalscore van de experts op de 21 gesloten kennisvragen was 16,1 (SD 2,6).

8.2.2 Draagvlak en redenen voor (niet-)naleving

In dit onderdeel komen de resultaten van het tweede deel van de vragenlijst aan bod. Eerst wordt een overzicht gegeven van de beschrijvende resultaten. Het gaat daarbij om de scores op de verschillende constructen en de onderliggende vragen. Vervolgens wordt getoetst in hoeverre de (zelfgerapporteerde) naleving kan worden verklaard aan de hand van de constructen in de vragenlijst. Deze analyse levert aanknopingspunten op voor het verbeteren van de naleving. Tot slot wordt aandacht besteed aan de redenen die verkopers zelf geven voor het al dan niet naleven van de leeftijdsgrenzen van Kijkwijzer en PEGI.

Beschrijvende resultaten: scores op de verschillende constructen

Het eendoordeel dat de verkopers in de vorm van een rapportcijfer moeten geven aan beide systemen, komt gemiddeld uit op een kleine voldoende. Het gemiddelde cijfer voor Kijkwijzer is een 7,2 (SD = 0,98). Het gemiddelde cijfer voor PEGI is een 6,6 (SD = 1,15). Het verschil tussen beide rapportcijfers is significant (gepaarde t-toets, $t = 4,920$, $p < 0,001$). Geconcludeerd kan dus worden dat de verkopers Kijkwijzer hoger waarderen dan PEGI.

Tabel 27 geeft een overzicht van de scores op de verschillende constructen. Aan de hand van een t-test voor één gemiddelde is getoetst of de scores significant afwijken van de neutrale score 3. Dat blijkt voor alle constructen het geval te zijn. Hieronder volgen nu resultaten per construct. De scores zijn zo omgeschaald dat hoge scores steeds een

positief antwoord inhouden op de stellingen. Na het weergeven van de gemiddelde constructscore worden de onderliggende individuele vragen besproken, waarbij tevens de percentages *positief* (score 4 + score 5) en *negatief* (score 1 + score 2) worden vermeld.

Tabel 27 Gemiddelde score op de constructen

Constructen	Gem.	SD	Sign.	Percentages				
				Ze negatief	Negatief	Neutraal	Positief	Ze positief
C1: Compliance	3,2	0,63	p<0,005	1	14	53	31	2
C2: Bekendheid en duidelijkheid regels	3,2	0,54	p<0,001	0	8	68	23	2
C3: Acceptatie uitvoering beleid (pers.)	3,4	0,48	p<0,001	0	4	63	31	1
C4: Acceptatie uitvoering beleid (org.)	3,5	0,73	p<0,001	2	5	40	45	8
C5: Verantwoordelijkheid	2,7	0,91	p<0,001	7	31	39	19	4
C6: Praktische haalbaarheid	3,3	0,57	p<0,001	0	6	47	44	3
C7: Wettelijke grondslag	3,5	0,75	p<0,001	0	9	39	44	9
C8: Kosten/baten	3,4	0,59	p<0,001	0	6	49	40	4
C9: Normgetrouwheid	3,7	0,54	p<0,001	0	0	27	65	9
C10: Controle (intern en extern)	2,8	0,62	p<0,001	2	30	60	7	2

[Gem] staat voor de gemiddelde waarde van het construct bij een range van 1 tot en met 5;

[SD] staat voor standaarddeviatie: hoe kleiner dit getal hoe eensgezinder de respondenten zijn;

[Sign] staat voor het significantieniveau.

De percentages in de laatste kolommen zijn gemeten op een vijfpuntsschaal

(1=zeer negatief, 5=zeer positief).

Construct 1: Compliance (gemiddelde score: 3,2)

Het eerste construct, 'compliance', betreft de (zelfgerapporteerde) naleving van de leeftijdsgrenzen. Met een gemiddelde score van 3.2 reageren de verkopers overwegend positief op de stellingen die binnen dit construct zijn geformuleerd. Veel verkopers (42% positief, 22% negatief) geven aan dat in hun winkel uitsluitend dvd's en games worden verkocht die zijn voorzien van de classificaties van Kijkwijzer en PEGI. Verder geven verkopers aan geen dvd's of games te verkopen aan jongeren die daarvoor te jong zijn. Producten met de classificatie *16 jaar* worden volgens de verkopers in de regel niet verkocht aan jongeren van 11 jaar (63% niet, 22% wel) of 15 jaar (39% niet, 30% wel). Producten met een classificatie van *12 jaar* worden vaak niet verkocht aan jongeren van 8 jaar (53% niet, 23% wel), maar wel aan jongeren van 11 jaar (29% niet, 35% wel). Veel verkopers (46% positief, 21% negatief) geven aan dat in hun eigen winkel de leeftijdsclassificaties van Kijkwijzer en PEGI worden nageleefd, terwijl dat in andere winkels minder het geval is (10% positief, 31% negatief). Naleving wordt naar eigen zeggen bereikt door het controleren van het identiteitsbewijs van de koper wanneer er twijfel is over de leeftijd van de klant (44% eens, 37% oneens) en door te letten op de leeftijdsclassificaties (61% eens, 27% oneens). De meningen van de verkopers lopen uiteen over de vraag

of van hen verwacht wordt dat ze vragen naar de leeftijd van een jongere (43% eens, 32% oneens) en naar een identiteitsbewijs (40% eens, 39% oneens).

Construct 2: Bekendheid en duidelijkheid regels (gemiddelde score: 3,2)

Met een constructscore van 3,2 zeggen verkopers op de hoogte te zijn van de regels van Kijkwijzer en PEGI en deze over het algemeen duidelijk te vinden. Vaak kent men zelf de regels goed (62% positief, 9% negatief), maar zijn de directe collega's minder goed op de hoogte (37% positief, 21% negatief) en wordt er binnen het verkooppunt eigenlijk niet over Kijkwijzer en PEGI gesproken (27% positief, 47% negatief). Ook is er twijfel over de duidelijkheid van de klachtenafhandeling (33% duidelijk, 29% onduidelijk). Er is naar het oordeel van de verkopers geen sprake van een overvloed aan regels (36% positief, 6% negatief) en de regels zijn ook niet gecompliceerd (48% positief, 7% negatief). De pictogrammen van Kijkwijzer worden duidelijk bevonden (56% positief, 26% negatief). Volgens de verkopers zijn klanten echter minder goed op de hoogte van het bestaan van Kijkwijzer en PEGI (32% positief, 31% negatief) en krijgen nieuwe verkopers onvoldoende informatie over Kijkwijzer (31% voldoende, 43% onvoldoende).

Door middel van een correlatieanalyse is onderzocht wat de samenhang is tussen het construct 'bekendheid en duidelijkheid regels' en de totaalscore van de respondenten op de kennisvragen. Er blijkt een significant positief maar zwak verband te bestaan tussen beide variabelen ($r = 0,30$, $p < 0,005$). De feitelijke kennis van verkopers en hun eigen inschatting van de bekendheid en duidelijkheid blijken dus twee verschillende dingen te zijn.

Construct 3: Acceptatie uitvoering beleid: persoonlijk (gemiddelde score: 3,4)

Het derde construct betreft de manier waarop verkopers persoonlijk tegen het huidige beleid aankijken en hoe dit zich manifesteert in de dagelijkse praktijk. Overwegend vinden de verkopers Kijkwijzer en PEGI iets van deze tijd (49% positief, 7% negatief), een zinnig systeem dat gehandhaafd moet worden (69% positief, 5% negatief) en dat niet te streng is als het gaat om de minimumleeftijden (45% positief, 13% negatief). Tevens vinden de verkopers dat de leeftijdsclassificaties op dvd's en games nut hebben (68% eens, 12% oneens), dat dvd's en games doorgaans juist geassocieerd zijn (60% eens, 16% oneens) en dat de waarschuwingssymbolen niet overdreven zijn (64% eens, 7% oneens). Verkopers vertrouwen iets meer op de leeftijdsclassificaties die aangegeven worden dan op hun eigen kennis over een dvd of game (36% tegenover 33%) en letten daardoor ook iets meer op de classificatie dan op de inhoud van de dvd of game (36% eens, 33% oneens). Regels voor naleving van de leeftijdsgrenzen van Kijkwijzer en PEGI zijn volgens veel verkopers nodig om verantwoord om te gaan met de verkoop van dvd's en games aan jongeren (36% eens, 22% oneens). Wel

geven ze aan dat jongeren op televisie en op het internet ook veel schadelijke zaken zien (91% eens, 6% oneens) en dat jongeren een dvd of game in een andere winkel kunnen kopen als de verkoop wordt geweigerd in hun eigen winkel (78% eens, 7% oneens).

Construct 4: Acceptatie uitvoering beleid: organisatie (gemiddelde score: 3,5)

In welke mate er binnen de verkooppunten, waar de respondenten werkzaam zijn, draagvlak bestaat voor de systemen Kijkwijzer en PEGI is gemeten in het vierde construct. Veelal bestaat er steun voor de richtlijnen van beide systemen (49% eens, 11% oneens), worden de systemen door de verkooppunten serieus genomen (55% eens, 9% oneens) en is men volgens de respondenten zowel binnen het verkooppunt (56% eens, 7% oneens) als binnen de branche (51% eens, 5% oneens) van mening dat Kijkwijzer en PEGI een goede zaak zijn. Volgens veel verkopers weten alle collega's binnen hun verkooppunt dat ze bij het verkopen van games en dvd's rekening moeten houden met de leeftijdsclassificaties van Kijkwijzer en PEGI (48% eens, 20% oneens). Dit is opmerkelijk, omdat verkopers ook zeggen dat nieuwe verkopers onvoldoende informatie krijgen (zie construct 2).

Construct 5: Verantwoordelijkheid (gemiddelde score: 2,7)

Bij het construct 'verantwoordelijkheid' gaat het om de vraag in hoeverre verkopers zichzelf dan wel de verkooppunten verantwoordelijk achten voor de verkoop van mediaproducten aan jongeren. Veel verkopers blijken zich niet persoonlijk verantwoordelijk te voelen voor de aankopen van jongeren (22% wel, 44% niet). Ook winkels en winkelketens achten zij daarvoor niet verantwoordelijk (19% wel, 50% niet). De twee verantwoordelijkheidsvragen die buiten het construct vallen, maken duidelijk waar volgens de verkopers de verantwoordelijkheid ligt: wél bij de ouders (85% wel, 5% niet) en niet bij de jongeren zelf (29% wel, 42% niet).

Construct 6: Praktische haalbaarheid (gemiddelde score: 3,3)

Het construct 'praktische haalbaarheid' meet in hoeverre verkopers problemen ondervinden in de dagelijkse praktijk bij het naleven van de leeftijdsgrenzen van Kijkwijzer en PEGI. Ze ondervinden naar eigen zeggen soms problemen bij het schatten (36% niet, 42% wel) en het controleren (43% niet, 39% wel) van de leeftijd van jongeren. Het vragen naar de leeftijd (8% wel, 70% niet) of een identiteitsbewijs (12% wel, 59% niet) levert weinig problemen op. Het niet verkopen van een dvd of game aan een jongere levert doorgaans ook geen problemen op met jongeren zelf (54% eens, 13% oneens) of met ouders (42% niet, 21% wel). Het merendeel van de verkopers denkt dat jongeren geen identiteitsbewijs bij zich hebben wanneer ze een dvd of game willen kopen waarvoor ze eigenlijk te jong zijn (52% eens, 17% oneens). Weinig verkopers zijn bang dat jongeren een vals identiteitsbewijs hebben (49% eens, 4% oneens).

Construct 7: Wettelijke grondslag (gemiddelde score: 3,5)

Bij het construct 'wettelijke grondslag' gaat het om de vraag in hoeverre de verkopers op de hoogte zijn van de diverse wettelijke bepalingen die als juridisch vangnet voor Kijkwijzer en PEGI fungeren. De meeste verkopers zijn op de hoogte van het feit dat de *16 jaar*-grens een wettelijk bepaalde grens is. Volgens de meeste verkopers zijn winkels strafbaar als ze een dvd of game met classificatie *16 jaar* verkopen aan iemand van 11 jaar (61% eens, 15% oneens), maar ook wanneer deze verkocht wordt aan iemand van 15 jaar (49% eens, 24% oneens). Over de *12 jaar*-grens bestaat meer twijfel: 34% van de verkopers denkt dat winkels strafbaar zijn als ze een dvd of game met classificatie *12 jaar* verkopen aan iemand van 11 jaar, 31% denkt van niet. De verkopers zien Kijkwijzer en PEGI niet uitsluitend als adviezen aan ouders, maar ook als iets waar zij zelf wat mee moeten doen (58% eens, 15% oneens). Verkopers voelen zich ten slotte niet verplicht een game of dvd met classificatie *16 jaar* te verkopen aan iemand van 15 jaar als deze de betreffende game of dvd wil kopen (65% eens, 6% oneens).

Construct 8: Kosten/baten (gemiddelde score: 3,4)

Het construct 'kosten/baten' meet wat, naar de mening van de verkopers, naleving van de regels de verkooppunten kost en wat het hun oplevert. De meeste verkopers zijn niet van mening dat naleving van de leeftijdsclassificaties van Kijkwijzer en PEGI te veel geld kost (43% oneens, 13% eens) of dat dit slecht zou kunnen zijn voor het klantenbestand (40% oneens, 22% eens). Het op de juiste wijze naleven van de regels komt volgens veel verkopers juist ten goede aan de naam van het eigen verkooppunt (50% eens, 11% oneens) en van de branche als geheel (56% eens, 8% oneens). Ook zorgt naleving ervoor dat strengere regels vanuit de overheid voorkomen worden (51% eens, 10% oneens).

Construct 9: Normgetrouwheid (gemiddelde score: 3,7)

Het negende construct gaat in op de normgetrouwheid van de verkopers zelf en van de verkooppunten. De respondenten geven aan zich over het algemeen aan regels te willen houden (75% eens, 2% oneens) en geen dingen te doen die hen in de problemen zouden kunnen brengen (70% eens, 8% oneens). Men houdt zich niet alleen aan regels als deze voordelig zijn voor het eigen verkooppunt (78% eens, 3% oneens). De verkopers vinden doorgaans dat het eigen verkooppunt zich aan de regels houdt (53% eens, 11% oneens) en dat dit niet uitsluitend gebeurt op grond van het eigen belang (65% eens, 5% oneens). Vergoeding van de kosten voor naleving van de leeftijdsgrenzen leidt volgens veel verkopers niet noodzakelijkerwijs tot een betere naleving (41% eens, 17% oneens).

Construct 10: Controle: intern en extern (gemiddelde score: 2,8)

Het laatste construct heeft betrekking op het beeld dat de verkopers hebben van de interne en externe controle op de naleving. Onder interne controle valt de controle zoals die uitgeoefend kan worden door directe collega's of leidinggevenden; onder externe controle valt de controle vanuit de overheid of bijvoorbeeld het NICAM. Wanneer een dvd of game met classificatie *16 jaar* wordt verkocht aan een jongere van 15, zal dat volgens de verkopers niet snel worden ontdekt (12% positief, 58% negatief). Verkopers verwachten ook niet dat daarover geklaagd zal worden door ouders (14% positief, 57% negatief). Veel verkopers denken dat het verkopen van een dvd of game aan iemand die daarvoor eigenlijk te jong is, kan worden opgemerkt door een collega (43% positief, 23% negatief), maar minder snel door anderen (10% positief, 58% negatief). Als een verkooppunt de leeftijdsclassificaties in het algemeen niet naleeft, wordt dit volgens de verkopers niet snel ontdekt (13% positief, 43% negatief). Een bezoek van een externe controleur wordt dan ook niet snel verwacht (9% positief, 50% negatief). Mocht een controleur toch langskomen en zich bij de controle soepel opstellen, dan is de kans volgens verkopers aanwezig dat men zich in de toekomst minder zal gaan houden aan Kijkwijzer of PEGI (17% positief, 29% negatief). Verkopers worden door de bedrijfsleiding gestimuleerd om zich te houden aan Kijkwijzer en PEGI (40% positief, 27% negatief) en krijgen ook instructies om dat te doen (39% positief, 27% negatief). Problemen die spelen naar aanleiding van Kijkwijzer of PEGI worden echter nauwelijks besproken (21% positief, 41% negatief). In sommige gevallen benadrukken vertegenwoordigers vanuit de branche of de winkelketen het belang van de naleving van de leeftijdsgrenzen van Kijkwijzer en PEGI (32% positief, 21% negatief).

Acceptatie beleidsdoel

De vraag in hoeverre de verkopers het achterliggende beleidsdoel van Kijkwijzer en PEGI accepteren is gemeten met twee vragen, die niet samen een construct vormden. Op de vraag of jongeren door regelgeving beschermd moeten worden tegen dvd's en games met schadelijke inhoud, reageren de verkopers over het algemeen bevestigend (gemiddelde score: 3,5; 56% eens, 17% oneens). Ook zijn zij het ermee eens dat dvd's en games schadelijke effecten kunnen hebben als jongeren er te vroeg mee in aanraking komen (gemiddelde score: 3,5; 54% eens, 17% oneens). Al met al lijkt er sprake van draagvlak voor de uitgangspunten van leeftijdsbeperkingen bij de verkoop van mediaproducten.

Sancties

De perceptie die verkopers hebben van de sancties die worden opgelegd na overtreding van de leeftijdsclassificaties van Kijkwijzer en PEGI is gemeten met vier vragen, die niet samen een construct vormden. De verkopers blijken zich nauwelijks een beeld te vormen van de hoogte van

de boetes. Bij de twee vragen die hierover gesteld zijn, is de gemiddelde score precies 3 en geeft ook 84 cq. 89% van de respondenten deze neutrale score. Ook bij de vraag of het NICAM snel gebruikmaakt van haar mogelijkheden om sancties op te leggen, is hetzelfde beeld te zien (gemiddelde score: 2,9; 7% eens, 12% oneens). Over de vraag of de eigen baas maatregelen neemt wanneer deze een overtreding constateert, zijn de meningen eveneens verdeeld (gemiddelde score: 2,93; 7% eens, 12% oneens). Geconcludeerd moet worden dat het idee van sancties bij overtredingen op het niveau van verkopers nauwelijks leeft.

Verklaring van naleving door constructen

In aanvulling op de beschrijvende resultaten geeft tabel 28 weer in hoeverre de (zelfgerapporteerde) naleving kan worden verklaard aan de hand van de constructen in de vragenlijst. Met andere woorden: welke constructen hangen het sterkst samen met de naleving van de leeftijdsgrenzen? In een hiërarchische regressieanalyse is het construct 'compliance' als afhankelijke variabele genomen en zijn de andere constructen als voorspellers gebruikt. In een eerste model is nagegaan wat de verklarende waarde is van een aantal achtergrondkenmerken van de verkopers (geslacht, leeftijd en wel/geen eigen kinderen in de leeftijd 10-16); in een tweede model zijn de overige constructen ingevoerd (met β wordt de gestandaardiseerde regressiecoëfficiënt aangegeven).

Tabel 28 Invloed van constructen op Compliance

	Model 1		Model 2	
	β^*	t	B	T
Geslacht verkoper	-0,106	-1,098	-0,034	-0,504
Leeftijd verkoper	-0,120	-1,178	0,049	0,723
Wel of geen kinderen van 10-16	-0,047	-0,462	0,006	0,101
Score kennisvragen			0,049	0,712
Bekendheid en duidelijkheid regels			-0,128	-1,470
Acceptatie uitvoering beleid (persoonlijk)			0,196	2,503*
Acceptatie uitvoering beleid (organisatie)			0,087	0,891
Verantwoordelijkheid			-0,064	-0,958
Praktische haalbaarheid			-0,068	-0,915
Wettelijke grondslag			0,587	7,468*
Kosten/baten			0,051	0,666
Normgetrouwheid			0,030	0,725
Controle (intern en extern)			0,258	2,503*
Adjusted R ²		0,01		0,63
F		1,287		15,246*
Df		3, 106		13, 96

* Significant bij $\alpha=0,05$.

De tabel maakt duidelijk dat de drie achtergrondvariabelen van de verkopers geen voorspellende waarde hebben (model 1). Daarnaast blijkt dat de constructen uit de vragenlijst veel van de zelfgerapporteerde naleving verklaren (model 2). Alle constructen samen verklaren namelijk 63% van de variantie in de zelfgerapporteerde naleving onder verkopers. Daarbij blijken drie constructen significant van belang: (1) de persoonlijke acceptatie van de uitvoering van het beleid, (2) de onderschrijving van de wettelijke grondslag van de leeftijdsrichtlijnen, en (3) de perceptie die de verkopers hebben van de kans op controle. Wanneer de verklarende waarde van uitsluitend deze drie constructen in een regressieanalyse wordt getoetst, blijkt het percentage verklaarde variantie nog steeds hoog ($R^2 = 0,62$).

Redenen voor niet-naleving

Aan verkopers is aan het einde van de vragenlijst gevraagd wat de belangrijkste reden(en) zijn om de leeftijdsclassificaties van Kijkwijzer of PEGI niet na te leven. De antwoorden zijn uiteenlopend:

- winstmotief: omzetverlies / vanuit concurrentieoverwegingen (14x);
- verantwoordelijkheid van de ouders: als ouders erbij zijn, vindt er wel een verkoop plaats, ouders zijn het immers eens met de aankoop (10x); de ouder is ook verantwoordelijk (2x); ouder koopt het ook voor een te jong kind, waarom wij dan niet (1x);
- gebrek aan kennis en informatie: geen of te weinig kennis bij de verkoper aanwezig (6x); te weinig informatie over de regels aanwezig (3x); verkoper is niet op de hoogte van het feit dat verkoop verboden is, dacht dat het slechts richtlijnen/adviezen waren (3x);
- praktische bezwaren: geen tijd / tijdsdruk (4x); te veel gedoe om telkens om leeftijd en identificatie te vragen (2x); de jeugd ziet er vaak ouder uit dan dat ze is (1x);
- geen draagvlak voor systemen als Kijkwijzer of PEGI: het is de eigen verantwoordelijkheid van de jongere (1x); geen censuur op laten leggen door overheid (1x); verkoper kent eigen grenzen (1x), het probleem wordt erg overdreven / ieder mens is anders (4x).
- de inhoud van het product: de verkoper kijkt meer naar de inhoud van een dvd of game (4x); inhoud en classificatie komen niet overeen (2x);
- het voorkomen van onenigheid met de klant: met de jongere zelf (3x) of met de ouders van de jongere (1x).

Andere redenen die verkopers aangeven, zijn momenten van onoplettendheid (1x), dat er alleen verkoop van laaggeclassificeerde producten plaatsvindt in de winkel (1x) en dat de winkel waar de verkoper werkzaam is niet is aangesloten bij het NICAM of de ISFE (3x).

Redenen voor naleving

Naast redenen voor niet-naleving is de verkopers gevraagd aan te geven wat redenen zijn om de regels wél na te leven. Antwoorden op deze vraag zijn:

- vanwege de bescherming van de jongere tegen geweld / minder agressie / morele verplichting (28x);
- om boze reacties van ouders te vermijden / tevredenheid van de klanten en dan vooral ouders (11x);
- het feit dat de verkoper de systemen Kijkwijzer en PEGI steunt (8x).
- vanwege de wettelijke status van de regels: regels zijn regels (7x);
- als er sprake is van een grote afstand tussen de classificatie en de leeftijd van de jongere (6x);
- het voorkomen van boetes (5x).

Andere redenen die worden aangedragen zijn: omdat het management dat belangrijk vindt (2x), als de game/dvd echt te moeilijk of te grof is (1x), het is een handig systeem, je ziet in één oogopslag de eventuele schadelijke effecten (1x). Eén verkoper zegt er na het invullen van de vragenlijst in de toekomst op te gaan letten.

8.3 Conclusies

In hoofdstuk 3 is reeds naar voren gekomen dat de naleving van regels afhangt van de kennis (*kennen*), de motivatie (*willen*) en de capaciteit (*kunnen*) van de uitvoerende actoren (Havinga 2004: 199). Of verkopers *kennis* hebben van hun controleplicht, hangt ervan af of zij voldoende zijn voorgelicht. Dit hangt weer af van de vraag in hoeverre de verantwoordelijke ondernemers op de hoogte zijn van hun instructieplicht. De motivatie (*willen*) om na te leven wordt bij zelfregulering door een groot aantal factoren bepaald. Dit zijn: de relatie tussen eigenbelang en publiek belang, het belang van de branche bij niet-naleving, de organisatie van de branche, de effectiviteit van de handhaving, de opstelling van het bedrijf tegenover regels en de betrokkenheid bij de opstelling van de zelfregulering. Tot slot is ook de capaciteit (*kunnen*) van belang. De vragenlijst die in dit hoofdstuk aan bod is gekomen, heeft zich gericht op de drie aspecten *kennen*, *willen* en *kunnen*.

Kennen

In de vragenlijst is kennis over Kijkwijzer en PEGI op twee manieren onderzocht. In het eerste deel van de vragenlijst is de kennis van verkopers getoetst; in het tweede deel beantwoordden de verkopers vragen over hun bekendheid met en de duidelijkheid van de regels. In het tweede geval gaat het dus meer om de eigen perceptie van de verkopers. Die eigen perceptie van bekendheid en duidelijkheid is gematigd positief. Toch blijkt

uit de kennisvragen dat veel verkopers weliswaar in grote lijnen weten wat de systemen Kijkwijzer en PEGI inhouden, maar dat er nog vragen zijn waarop ze niet het juiste antwoord weten. Voor een deel gaat het om de betekenis van bepaalde pictogrammen. Ook is er verwarring over de mediaproducten waarop Kijkwijzer- en PEGI-symbolen te vinden zijn. Veel verkopers geven daarnaast aan dat collega's binnen hun verkooppunt weten dat ze bij het verkopen van games en dvd's rekening moeten houden met de leeftijdsclassificaties van Kijkwijzer en PEGI. Dit is opmerkelijk omdat ze ook vinden dat nieuwe verkopers onvoldoende informatie over Kijkwijzer en PEGI krijgen. Tot slot is er onduidelijkheid over de implicaties van Kijkwijzer en PEGI: verkopers lijken geneigd de leeftijdsgrenzen vrijblijvender te interpreteren dan wenselijk is. Ze zien deze classificaties dan vooral als informatie, voorlichting of advies, zonder verdere verplichtingen in de verkoopsituatie. Ook over de wettelijke grondslag is er de nodige onduidelijkheid onder verkopers. Al met al moet geconcludeerd worden dat de informatievoorziening naar de verkopers over beide systemen niet optimaal is.

Willen

Het tweede onderdeel van de vragenlijst was gericht op de motivatie (willen) van de werknemers om de regels na te leven. Hierbij gaat het om draagvlak en redenen van niet-naleving van de regels. Uit de vragenlijst blijkt dat verkopers zich naar eigen zeggen vaker wel dan niet aan de leeftijdsbeperkingen van Kijkwijzer en PEGI houden (46% positief, 21% negatief). De gemiddelde score op het construct 'compliance' is gematigd positief. Daarbij is wel duidelijk dat de afstand tussen de leeftijdsclassificatie en de leeftijd van de jongere van belang is (hoe groter de kloof, hoe groter de kans op een weigering) en dat de *16 jaar*-grens serieuzer wordt genomen dan de *12 jaar*-grens. Overigens lijkt het beeld dat uit de vragenlijst naar voren komt, positiever dan op grond van de resultaten van de mysteryshop- en mysterycall-onderzoeken gerechtvaardigd is. Wellicht speelt sociale wenselijkheid in dit verband een rol.

Uit dit deelonderzoek komt naar voren dat er drie factoren zijn die met name van invloed zijn op de geneigdheid van verkopers om zich te houden aan de leeftijdsclassificaties van Kijkwijzer en PEGI. In de eerste plaats is dat hun persoonlijke acceptatie van de beleidsuitvoering. De vraag of verkopers zich houden aan Kijkwijzer en PEGI hangt samen met de vraag in hoeverre zij persoonlijk het nut inzien van deze systemen. Opvallend is dat acceptatie van de beleidsuitvoering op organisatieniveau (hoe het verkooppunt aankijkt tegen Kijkwijzer en PEGI) in het model geen bijdrage levert aan de verklaring van naleving. Het gaat dus om individuele percepties van verkopers: verkopers moeten overtuigd worden van het belang en de juistheid van deze twee systemen. Over het algemeen is deze individuele perceptie al positief.

Een tweede factor, die gemiddeld ook positief scoort, is de wettelijke grondslag. Als verkopers overtuigd zijn van de wettelijke grondslag, die indirect van toepassing is op Kijkwijzer en PEGI, zullen ze meer geneigd zijn om zich te houden aan de leeftijdsbeperkingen. Uit de vragenlijst blijkt dat niet alle verkopers op de hoogte zijn van de wettelijke grondslag en dat er ook misverstanden zijn over de precieze betekenis van de wettelijke grondslag. Zo zijn er meer verkopers die de wettelijke grondslag onderschrijven van de *16 jaar*-grens dan van de *12 jaar*-grens.

Een derde factor, die gemiddeld negatief scoort, is de perceptie van de verkopers op de controle. Als verkopers de indruk hebben dat er (intern, in het eigen verkooppunt, of extern, door een toezichthoudende instantie) wordt gecontroleerd op de naleving van de leeftijdsclassificaties van Kijkwijzer en PEGI, zullen ze meer geneigd zijn om zich aan deze leeftijdsgrenzen te houden. De controle, met name de kans op een externe controle, wordt niet hoog ingeschat. In het verlengde daarvan blijken de verkopers nauwelijks een mening te hebben over de sancties die kunnen worden opgelegd.

Kunnen

Het construct 'praktische haalbaarheid' legt de (zelf ingeschatte) capaciteit om de regels na te kunnen leven bloot. Het gaat dan vooral om praktische problemen die verkopers tegenkomen bij het naleven van de leeftijdsgrenzen van Kijkwijzer en PEGI. Deze blijken in dit stadium niet van invloed op de geneigdheid van verkopers om zich aan de leeftijdsgrenzen te houden. Het is evenwel denkbaar dat dat voor een deel kan worden toegeschreven aan het nalevingsstadium waarin de verkopers zich momenteel bevinden. De overige resultaten van de vragenlijst (en ook de in de eerdere hoofdstukken gerapporteerde mysteryshop- en mysterycall-onderzoeken) maken duidelijk dat naleving op dit moment nog niet erg leeft onder verkopers. Het zou kunnen dat de praktische bezwaren een rol gaan spelen wanneer verkopers zich beter bewust worden van de rol die zij spelen bij de naleving van de Kijkwijzer en PEGI-leeftijdsgrenzen.

9 Ongewenste neveneffecten van de pictogrammen

In dit hoofdstuk wordt een mogelijk ongewenst neveneffect van Kijkwijzer en PEGI onder de loep genomen. De beide systemen zijn bedoeld om jongeren te beschermen tegen schadelijke inhoud van mediaproducten, maar in de literatuur wordt ook gezinspeeld op de mogelijkheid van een ongewenste bijwerking van dergelijke systemen: de leeftijdsclassificaties en waarschuwingspictogrammen zouden een aantrekkende werking kunnen hebben op jongeren.

Eerder onderzoek, met name uit de Verenigde Staten, bevestigt dat te hoge leeftijdsclassificaties en waarschuwingspictogrammen inderdaad een aantrekkende werking kunnen hebben op jongeren (Bushman & Stack, 1996; Bushman & Cantor, 2003; Bushman, 2006). Het overzichtsartikel van Bushman & Cantor (2003) laat zien dat te hoge leeftijdsclassificaties en waarschuwingen bij jonge kinderen (tot acht jaar) een *tainted fruit*-effect hebben: ze leiden ertoe dat kinderen mediaproducten minder aantrekkelijk vinden. Boven de acht jaar treedt een *forbidden fruit*-effect op: te hoge leeftijdsclassificaties en waarschuwingen over de inhoud leiden ertoe dat jongeren de mediaproducten juist extra aantrekkelijk vinden. Overigens wordt daarbij wel gesproken van slechts kleine, maar statistisch significante effecten.

In dit hoofdstuk wordt in een experimenteel onderzoek specifiek voor Kijkwijzer en PEGI nagegaan of de pictogrammen een dergelijke ongewenste uitwerking hebben op Nederlandse jongeren. Om de werkelijke invloed van de pictogrammen in het dagelijks leven zo dicht mogelijk te benaderen, is er in één opzicht afgeweken van het gangbare eerdere onderzoek. Een mogelijke verklaring voor het vinden van een effect van de pictogrammen in eerder onderzoek is namelijk dat de stimuli ten aanzien van de mediaproducties zelf relatief arm waren (korte feitelijke beschrijvingen van de producten), terwijl de stimuli over leeftijdsclassificaties en pictogrammen relatief nadrukkelijk werden gegeven (bijvoorbeeld: *'The labels were printed in bold, uppercase font and were enclosed in asterisks'*, Bushman, 2006). Deze situatie staat ver af van de praktijk, waarin jongeren, naast de beschrijving van de film of de game, ook worden geconfronteerd met illustraties op de cover en waarin de pictogrammen slechts een bescheiden plaats innemen in het geheel. Daarom is in dit onderzoek gekozen voor een zo realistisch mogelijke opzet.

9.1 Methode

In een experimenteel design is onderzocht in hoeverre er een aantrekkende werking uitgaat van de leeftijds- en waarschuwingspictogrammen van de Kijkwijzer en de PEGI. Jongeren kregen covers van dvd's en games te zien en dienden de aantrekkelijkheid ervan te beoordelen. De covers

van de dvd's en games waren gemanipuleerd met leeftijds- en waarschuwingspictogrammen.

9.1.1 Experimenteel design

Er is gewerkt met een gerandomiseerd independent-groups design. Alle proefpersonen moesten, in willekeurige volgorde, de aantrekkelijkheid van tien dvd's of tien games beoordelen. Daartoe kregen ze op het beeldscherm van een laptop de covers van de betreffende dvd's of games op ware grootte te zien. De teksten op de covers waren leesbaar. Vier van de tien dvd's of games werden als *filler* aangeboden zonder pictogrammen (en fungeerden dus als controlegroep). De overige zes dvd's of games vormden het experimentele materiaal. Proefpersonen werden random toegewezen aan het dvd- of het gameonderzoek.











Tabel 29 geeft een overzicht van de experimentele groepen met betrekking tot de dvd's. In twee leeftijdscategorieën (9-11 jaar en 13-15 jaar) werden proefpersonen random toegewezen aan acht groepen. Deze groepen werden gevormd door de aan- of afwezigheid van een leeftijdspictogram (geen classificatie, alle leeftijden, 12 jaar en 16 jaar) en door de aan- of afwezigheid van een combinatie van drie waarschuwingspictogrammen (geweld, seksualiteit en grof taalgebruik). In de tabel is ook te zien hoeveel proefpersonen er in elke experimentele groep hebben deelgenomen.

Tabel 29 Experimenteel design dvd's

Groep	Leeftijds- classificatie	Waarschuwings- pictogrammen	Aantal proefpersonen 9-11 jaar	Aantal proefpersonen 13-15 jaar
1		-	21	21
2			20	22
3		-	22	21
4			22	23
5		-	20	22
6			21	20
7	-	-	20	21
8	-		19	19
Totaal			165	169

Tabel 30 presenteert de experimentele groepen met betrekking tot de games. Deze dataverzameling was geheel parallel aan de dataverzameling bij de dvd's. Ook in deze tabel zijn weer de aantallen proefpersonen per experimentele groep opgenomen.

Tabel 30 Experimenteel design games

Groep	Leeftijds- classificatie	Waarschuwings- Pictogrammen	Aantal proefpersonen 9-11 jaar	Aantal proefpersonen 13-15 jaar
1		-	22	18
2			21	22
3		-	21	21
4			21	22
5		-	21	23
6			21	22
7	-	-	20	20
8	-		20	20
Totaal			167	168

Op deze manier ontstonden vier relevante onafhankelijke variabelen: (1) het type mediaproduct (game of dvd), (2) de leeftijd van de proefpersoon (9-11 jaar of 13-15 jaar), (3) de leeftijdsclassificatie (geen, alle leeftijden, 12 jaar of 16 jaar), en (4) de aanwezigheid van de waarschuwpictogrammen (ja/nee). De afhankelijke variabele was de waardering voor de dvd's of games.

Daarnaast zijn gegevens verzameld over twee mogelijk relevante persoonskenmerken van de proefpersonen: *reactance* en *sensation-seeking*. Reactance is de neiging van proefpersonen om een rebellerende houding te vertonen: het kiezen voor dvd's of games met te hoge leeftijdsclassificatie of met extreme inhoud zou daarvan een uiting kunnen zijn. Bij sensation-seeking gaat het om een voorkeur van proefpersonen voor spannende zaken: ook die voorkeur zou zijn weerslag kunnen hebben in de keuze voor dvd's of games met hogere leeftijdsclassificaties of waarschuwpictogrammen.

9.1.2 Experimenteel materiaal: de dvd's en games

In het experiment is gewerkt met covers van bestaande dvd's en games. Om vertekeningen in de resultaten tegen te gaan, was het belangrijk dat de in het onderzoek betrokken dvd's en games voldeden aan drie voorwaarden:

- De dvd's en games moesten onbekend zijn voor de jongeren. Als dat niet het geval was, zouden ze hun oordelen erover kunnen baseren op eigen ervaringen (of op aanbevelingen van anderen). Ook zouden ze zelf kunnen inschatten in hoeverre de leeftijdsclassificaties en waarschuwpictogrammen terecht waren.

- De dvd's en games moesten, op basis van hun cover, met een zo breed mogelijk scala aan leeftijdsclassificaties worden geassocieerd. De manipulaties van de leeftijdsiconen moesten in de ogen van jongeren geloofwaardig zijn in alle condities.
- De dvd's en games moesten, op basis van hun covers, in redelijke mate aantrekkelijk zijn voor de jongeren. Uitschieters naar boven en naar beneden zouden kunnen zorgen voor vertekeningen in de resultaten.

Om aan deze voorwaarden te kunnen voldoen is een vooronderzoek gehouden onder 25 leerlingen van een basisschool (9-11 jaar) en 41 leerlingen van een middelbare school (13-15 jaar). De verhouding man-vrouw was nagenoeg gelijk. In dat onderzoek kregen de deelnemers de covers van 25 dvd's en 25 games te zien, waarna ze steeds de volgende drie vragen moesten beantwoorden:

- Ken je deze dvd/game?
 - Ja/Nee
- Voor welke leeftijd schat je deze dvd/game?
 - Dvd: AL/6 jaar/12 jaar/16 jaar
 - Game: AL/3+/7+/12+/16+/18+
- Hoe graag zou je deze dvd/game willen hebben?
 - Vijfpuntsschaal tussen 'helemaal niet' en 'heel graag'

Vanzelfsprekend waren de Kijkwijzer- en PEGI-pictogrammen van de covers van de dvd's en games verwijderd. De aanvankelijke selectie van 25 dvd's en 25 games was gebaseerd op eigen inschattingen van de onbekendheid, ambiguïteit van leeftijdsindelingen en aantrekkelijkheid. De tabellen 31 en 32 geven een overzicht van de kenmerken van de dvd's en games die uiteindelijk in het onderzoek zijn betrokken. Zoals te zien waren alle dvd's en games die in het experiment zijn meegenomen, overwegend onbekend en werden ze niet eenduidig met een bepaalde leeftijdsclassificatie in verband gebracht. Ook hadden de in het experiment betrokken dvd's en games vergelijkbare aantrekkelijkheidsscores.

De onbekendheid van de dvd's en games werd geverifieerd met een vraag aan het einde van het experiment. 78% van de proefpersonen gaf aan geen enkele van de getoonde dvd's of games te kennen. De overige proefpersonen noemde één van de dvd's of games, die in meerderheid bij de *fillers* zaten.

De pictogrammen zijn op normale grootte en op de daartoe gebruikelijke plaatsen op de covers van de dvd's en games aangebracht.

Tabel 31 Scores vooronderzoek naar de geschiktheid van dvd's

Dvd nummer	Percentage onbekend	Aantal verschillende leeftijdsclassificaties	Aantrekkelijkheids-score* (SD)	Functie in het experiment
8	98	4	1,98 (1,25)	Experimenteel
9	92	4	2,24 (1,19)	Experimenteel
18	91	4	2,44 (1,39)	Experimenteel
20	91	4	1,92 (1,17)	Experimenteel
21	92	4	2,10 (1,38)	Experimenteel
22	91	4	2,39 (1,31)	Experimenteel
3	86	4	2,27 (1,34)	Filler
6	89	4	2,76 (1,32)	Filler
13	87	4	2,87 (1,63)	Filler
25	89	4	2,10 (1,32)	Filler

* Gemeten op een vijfpuntsschaal (1 = negatief; 5 = positief).

Tabel 32 Scores vooronderzoek naar de geschiktheid van games

Game nummer	Percentage onbekend	Aantal verschillende leeftijdsclassificaties	Aantrekkelijkheids-score* (SD)	Functie in het experiment
2	89	5	1,58 (1,03)	Experimenteel
4	91	5	2,13 (1,36)	Experimenteel
8	87	3	1,95 (1,11)	Experimenteel
12	91	5	1,76 (1,17)	Experimenteel
18	91	6	2,02 (1,31)	Experimenteel
25	86	6	1,57 (1,13)	Experimenteel
14	84	6	1,73 (1,15)	Filler
15	79	6	2,33 (1,61)	Filler
19	84	6	2,05 (1,29)	Filler
23	79	5	2,13 (1,43)	Filler

* Gemeten op een vijfpuntsschaal (1 = negatief; 5 = positief).

9.1.3 Onderzoeksinstrument

Bij elke cover van een dvd of game kregen de proefpersonen vier vragen voorgelegd, die ze op een tienpuntsschaal moesten beantwoorden:

- Hoe graag zou jij deze dvd willen zien / deze game willen spelen?
 - Helemaal niet graag – heel graag
- Hoe saai lijkt jou deze dvd / deze game?
 - Helemaal niet saai – heel saai
- Hoe leuk lijkt jou deze dvd / deze game?
 - Helemaal niet leuk – heel leuk
- Welk cijfer van 1 tot en met 10 zou je deze dvd / game geven?

Deze vier vragen vormden voor alle dvd's en games een betrouwbare schaal (de Cronbach's alfa varieerde van 0,88 tot 0,90). Aan het einde van de sessie beantwoordden de proefpersonen negen vragen die betrekking hadden op reactance en tien vragen over sensation-seeking. De vragen hadden de vorm van vijfpunts Likertschalen (van helemaal mee oneens tot helemaal mee eens). De vragen over *reactance* waren samengesteld op basis van bestaande meetinstrumenten (Konijn, Nije Bijvank & Bushman, 2007; Hong & Page, 1989), waarbij de formulering van de vragen was afgestemd op de jonge onderzoekspopulatie. Voorbeelditems zijn 'Ik vind het spannend om dingen te doen die niet mogen' en 'Ik word boos als mensen mij vertellen wat ik moet doen'. De schaal bestond uit negen items en was, na verwijdering van één item, voldoende betrouwbaar (Cronbach's alfa = 0,65). De vragen over *sensation seeking* waren gebaseerd op de *Brief Sensation Seeking Scale* (Hoyle et al., 2002), aangevuld met twee items van Konijn, Nije Nijvank en Bushman (2007). Voorbeelditems zijn 'Ik doe weleens spannende dingen, zelfs als ze gevaarlijk zijn' en 'Ik word onrustig wanneer ik te lang thuis zit'. De schaal bestond uit tien items en was betrouwbaar (Cronbach's alfa = 0,79). De volledige lijst met items is te vinden in bijlage 13.

9.1.4 Procedure

Het onderzoek is afgenomen bij verschillende basis- en middelbare scholen. De testopstelling was met behulp van het programma *Authorware* op tien laptops geprogrammeerd. Proefpersonen namen individueel deel aan het onderzoek. Ze kregen daartoe eerst een proefpersoonnummer en moesten plaatsnemen bij een van de laptops. Op basis van hun proefpersoonnummer werden ze, door het computerprogramma, aselect toegewezen aan een van de condities. Het onderzoek werd aan de proefpersonen gepresenteerd als een onderzoek naar de voorkeuren van jongeren voor dvd's of games.

De sessie duurde ongeveer tien minuten. Na een korte introductie van het onderzoek en een oefenschermbild, kregen de proefpersonen de tien dvd's of games in willekeurige volgorde te zien. Eerst verscheen alleen de cover gedurende tien seconden in beeld. Daarna volgden vier schermen met nog steeds de cover in beeld, maar daaronder de vier vragen over de aantrekkelijkheid van de dvd of game. Helemaal aan het eind volgden de vragen over reactance en sensation-seeking, alsmede enkele aantal achtergrondvragen en de eerder genoemde verificatievraag naar de bekendheid van de getoonde dvd's of games.

9.1.5 Proefpersonen

De proefpersonen zijn geworven op basisscholen (332 proefpersonen in de leeftijd van 9 tot 11 jaar) en middelbare scholen (344 proefpersonen in

de leeftijd van 13 tot 15 jaar) in de provincie Overijssel. De verdeling man-vrouw was redelijk in evenwicht (319 mannen en 350 vrouwen). Van de middelbare scholieren volgde 41% het vmbo, 34% de havo en 25% het vwo.

9.2 Resultaten

Om een beeld te krijgen van de aantrekkende werking van de leeftijds- en waarschuwingspictogrammen is de gemiddelde aantrekkelijkheidsscore berekend voor de zes gemanipuleerde dvd-covers en de zes gemanipuleerde gamecovers. Deze gemiddelde aantrekkelijkheidsscore vormde in de analyse de afhankelijke variabele. De onafhankelijke variabelen in de analyse waren het geslacht van de proefpersoon, de leeftijdscategorie, het type mediaproduct (dvd of game), de aan- of afwezigheid van een van de leeftijdspictogrammen en de aan- of afwezigheid van waarschuwingspictogrammen. De scores van de proefpersonen op de reactance- en sensation-seeking schalen zijn als covariaat in de analyse meegenomen. Gekeken is naar de hoofdeffecten alsmede naar tweeweg-interactie-effecten van de onafhankelijke variabelen.

Tabel 33 geeft een overzicht van de gemiddelde scores in de condities, waarna tabel 34 de resultaten van de toetsing geeft. De belangrijkste conclusie is dat er geen aantrekkende werking is uitgegaan van de leeftijds- en waarschuwingspictogrammen. Bij de leeftijdspictogrammen is er geen enkel verschil tussen de vier categorieën (geen, AL, 12 jaar en 16 jaar). Bij de waarschuwingspictogrammen is er weliswaar een tendens ($p=0,08$), maar deze is in de andere richting: de dvd's en games zonder waarschuwingspictogrammen worden wat positiever gewaardeerd dan de dvd's en games met waarschuwingspictogrammen. Bovendien is er een interactie-effect met de leeftijdscategorie: bij de basisschoolleerlingen hebben de waarschuwingspictogrammen een geringe afschrikwekkende werking (bij de middelbare scholieren maken ze geen verschil). Op dit ene interactie-effect na zijn de bevindingen stabiel. De werking van Kijkwijzer bij de dvd's en de PEGI bij de games is gelijk. Er zijn ook geen verschillen tussen mannen en vrouwen als het gaat om de effecten van leeftijds- en waarschuwingspictogrammen.

In een nadere analyse is nagegaan hoe de leeftijdspictogrammen precies werken binnen de twee leeftijdscategorieën. Basisschoolleerlingen werden geconfronteerd met dvd's en games die enigszins boven hun leeftijd waren geclassificeerd (12 jaar) en dvd's en games die daar ver boven lagen (16 jaar). Beide leeftijdspictogrammen hadden, ten opzichte van het AL-pictogram, geen invloed op de gepercipieerde aantrekkelijkheid. Middelbare scholieren werden geconfronteerd met dvd's en games die geschikt waren voor hun leeftijd (12 jaar) en dvd's en games die boven hun leeftijd waren geclassificeerd (16 jaar). In het eerste geval, dat feitelijk

correspondeert met een gewenst gebruik van de leeftijdspictogrammen, was er sprake van een significante invloed ($p < 0,05$): proefpersonen waardeerden de dvd's en games met classificatie *12 jaar* hoger dan de dvd's en games met AL-pictogrammen. In het tweede geval, dat zou duiden op een ongewenste aantrekkende werking, blijken de leeftijdspictogrammen echter niet van invloed.

Tabel 33 Gemiddelde aantrekkelijkheidsscores in de verschillende condities

	Geen waarschuwings- pictogram	Wel waarschuwings- pictogram	Totaal
geen leeftijdspictogram	6,04	5,91	5,98
Alle leeftijden	5,96	5,77	5,86
12 jaar	6,16	5,90	6,03
16 jaar	5,99	5,93	5,96
Totaal	6,04	5,88	5,93

Tabel 34 Resultaten variantieanalyse aantrekkelijkheid dvd's en games

	df	F	Significantie
Reactance	1,646	0,082	n.s.
Sensation-seeking	1,646	13,003	$p < 0,001$
Geslacht	1,646	0,253	n.s.
Leeftijdscategorie	1,646	55,325	$p < 0,001$
Dvd of game	1,646	45,581	$p < 0,001$
Leeftijdspictogram	3,646	0,622	n.s.
Waarschuwpictogrammen	1,646	3,033	n.s.
Leeftijdspictogram x waarschuwpictogrammen	3,646	0,193	n.s.
Leeftijdspictogram x geslacht	3,646	1,345	n.s.
Leeftijdspictogram x leeftijdscategorie	3,646	1,623	n.s.
Leeftijdspictogram x dvd of game	3,646	1,104	n.s.
Waarschuwpictogrammen x geslacht	1,646	0,227	n.s.
Waarschuwpictogrammen x leeftijdscategorie	1,646	3,918	$p < 0,05$
Waarschuwpictogrammen x dvd of game	1,646	0,022	n.s.

9.3 Conclusies

Uit dit deelonderzoek kan geconcludeerd worden dat er in de huidige situatie geen aantrekkende werking uitgaat van de Kijkwijzer- en PEGI-pictogrammen. Dit is in tegenspraak met het in de inleiding van dit hoofdstuk aangehaalde eerdere onderzoek. Een mogelijke verklaring ligt in de verschillen in onderzoeksopzet. In het hier beschreven onderzoek werden

de proefpersonen geconfronteerd met rijkere stimuli en werd aan de pictogrammen van Kijkwijzer en PEGI geen extra nadruk gegeven. Daarmee benadert het onderzoek de werkelijke situatie beter dan de eerdere studies.

Een mogelijke kanttekening bij de gekozen onderzoeksopzet is dat de proefpersonen wellicht de Kijkwijzer- en PEGI-pictogrammen helemaal niet hebben gezien of er in ieder geval geen aandacht aan hebben geschonken. Een prominentere presentatie van de pictogrammen zou in dat geval tot andere resultaten kunnen leiden. Vervolgonderzoek met behulp van eye-tracking zou meer zicht kunnen geven op de manier waarop de leeftijds- en waarschuwingspictogrammen worden meegenomen bij de beoordeling van de covers. Overigens ondersteunen de data van dit onderzoek de veronderstelling dat de jongeren wel enige aandacht hebben geschonken aan de pictogrammen. Immers, de waardering van de basisschoolleerlingen werd negatief beïnvloed door de waarschuwingspictogrammen en de middelbare scholieren gaven de voorkeur aan dvd's en games met de classificatie *12 jaar* boven dvd's en games met classificatie *AL*. Een tweede kanttekening is het feit dat het mogelijk is dat de jongeren op een andere manier naar de covers hebben gekeken, omdat ze niet werden aangeboden in de natuurlijke context (een videotheek, bibliotheek of winkel), maar via een computerscherm.

Het is denkbaar dat de in eerdere studies gevonden *forbidden fruit*-effecten wel gaan optreden als de pictogrammen met meer nadruk worden gepresenteerd aan jongeren of als het hele systeem van Kijkwijzer en PEGI anderszins meer wordt benadrukt bij jongeren. Vervolgonderzoek waarin gevarieerd wordt in de prominentie van de pictogrammen en in de rijkheid van de informatie over de dvd's en games lijkt wenselijk. Ook zou meer aandacht geschonken kunnen worden aan de relatie met dvd- en gamegenres en aan de wisselwerking tussen pictogrammen en grafische en tekstuele inhoud van de covers. Ten slotte lijkt het ook interessant om de interactie tussen jongeren over leeftijdsclassificaties en waarschuwingspictogrammen aan nader onderzoek te onderwerpen. Het hier gepresenteerde onderzoek is immers gebaseerd op strikt individuele afwegingen, terwijl het denkbaar is dat de leeftijdsclassificaties en waarschuwingspictogrammen een rol spelen in de manier waarop jongeren met elkaar praten over dvd's en games.

Op basis van dit onderzoek moet echter worden geconcludeerd dat de Kijkwijzer- en PEGI-pictogrammen geen averechtse effecten hebben op de aantrekkelijkheid van audiovisueel materiaal voor jongeren.

Deel 3
Conclusies

10 Conclusies

Jongeren komen tegenwoordig gemakkelijk in aanraking met geweld-dadige of anderszins schadelijke media-inhouden. Om ouders hier-over te informeren en jongeren hiertegen te beschermen kennen we in Nederland de systemen Kijkwijzer en PEGI. Kijkwijzer is ontwikkeld door het Nederlands Instituut voor de Classificatie van Audiovisuele Media (NICAM) en is gericht op dvd's, films en televisieprogramma's, PEGI wordt beheerd door de Europese ISFE (Interactive Software Federation of Europe) en is gericht op games. Beide systemen zijn een vorm van zelf-regulering door de branche, waarbij voor Kijkwijzer geldt dat er sprake is van co-regulering.

De vraag die in dit rapport centraal staat, is hoe de huidige systemen van co- respectievelijk zelfregulering van Kijkwijzer en PEGI functioneren in Nederland. Onderzocht is in welke mate verschillende sectoren binnen de branche de leeftijdsclassificaties van Kijkwijzer en PEGI naleven. Daarnaast geeft dit rapport inzicht in de redenen van de aangetroffen niet-naleving door de branche en sterke en zwakke plekken in beide systemen van zelfregulering. In dit laatste hoofdstuk zullen de conclusies worden gepresenteerd. De vier onderzoeksvragen, zoals beschreven in hoofdstuk 2, zullen daarbij als leidraad dienen in de paragrafen 10.1 tot en met 10.4, waarna een meer algemeen antwoord op de hoofdvraag zal worden gegeven in paragraaf 10.5. In paragraaf 10.6 worden de systemen bekeken vanuit drie verschillende perspectieven: de gebruikers, de overheid en de branche.

10.1 Analyse van het systeem van zelfregulering

De eerste onderzoeksvraag richt zich op het functioneren van het systeem van zelfregulering. Onderzochte parameters zijn hier: (a) de reikwijdte van het systeem, (b) de dekking van het systeem, (c) de handhaving met betrekking tot klachtenafhandeling en sanctionering. De eerste twee parameters bepalen het aanbod van de geclassificeerde audiovisuele media bij de verkooppunten en televisiestations. De laatste parameter bepaalt de mate van controle op de verkooppunten en televisiestations. Samengevat leidt dit tot de volgende vraag:

- 1 *Wat zijn sterke en zwakke punten van de zelfreguleringssystemen Kijkwijzer en PEGI met betrekking tot reikwijdte, dekking en handhaving?*

Reikwijdte

Met de reikwijdte wordt het aantal aangesloten producenten, distributeurs en omroepen (publiek en commercieel) bedoeld. Uit interviews met branchevertegenwoordigers en documentanalyse blijkt dat onder producenten en distributeurs met betrekking tot Kijkwijzer een (zelfgerapporteerde)

reikwijdte van 95% wordt gerealiseerd. Onder televisieomroepen (publiek en commercieel) en bioscopen (inclusief filmhuizen) is de reikwijdte 100%. Zij worden gevolgd door platenzaken en muziekhandelaars (90%) en videotheken (80%). Met vijf operators van mobiele telefonie zijn afspraken gemaakt. Onderdeel daarvan is de oprichting van een eigen systeem dat zich voornamelijk richt op erotische inhoud. Organisaties confronteren met eventuele sancties – zoals het niet verkrijgen van doeknummers (bioscopen), het niet kunnen verkopen van geschenkbonnen, of beperkingen van het recht om schadelijk materiaal uit te zenden – lijkt een gunstige uitwerking te hebben op de aansluiting van deze organisaties bij het co-reguleringsstelsel.

Door de aansluiting van de grote gameconsoles Microsoft (X-box), Nintendo (Gamecube en Wii) en Sony (Playstations) is de reikwijdte van PEGI aanzienlijk. Deze gameconsoles zijn namelijk verantwoordelijk voor ruim 95% van de commerciële verkoop van games. Zij verplichten de uitgevers die spellen voor hen produceren zich bij PEGI aan te sluiten; anders wordt geen licentie afgegeven. Een leemte in de aansluiting betreft momenteel de games die via het internet worden gespeeld. Met het in de herfst van 2007 gestarte initiatief PEGI-Online wil de ISFE echter aan dat laatste ook gaan werken. In absolute aantallen waren volgens het NICAM in 2006 in totaal 220 bedrijven uit de 29 deelnemende landen bij PEGI aangesloten.

Dekking

Bij dekking gaat het over het aantal aangebrachte classificaties op audiovisuele producten. De bij het NICAM aangesloten producenten, distributeurs en omroepen zijn verantwoordelijk voor naar schatting 97% van alle audiovisuele producties in Nederland, aldus vertegenwoordigers van het NICAM. In 2006 werden volgens het NICAM-jaarverslag 2.317 audiovisuele producten voorzien van een Kijkwijzerclassificatie. Dit is minder dan in de jaren daarvoor (2005: 3.040; 2004: 2.622; 2003: 2.704 en 2002: 4.206). De daling is, volgens het NICAM, mogelijk toe te schrijven aan een daling in het aantal uitgebrachte dvd- en filmtitels, een toename van televisieprogramma's met een *Alle leeftijden*-aanduiding, die niet geënclassificeerd hoeven te worden en een toename van het aantal seriematige programmatitels (voor een serie geldt namelijk dat slechts één classificatie wordt opgenomen).

Het NICAM beheert ook het archief van alle met PEGI geënclassificeerde games voor de winkelverkoop. Eind december 2004 bevatte de PEGI-database 2.704 geënclassificeerde games, in december 2005 waren dat er ruim 4.500. In 2006 telde het archief ruim 5.000 geënclassificeerde games.

Handhaving: klachtafhandeling en sanctionering

De klachtsystemen van Kijkwijzer en PEGI lijken op het eerste gezicht redelijk te functioneren. De toegankelijkheid van de klachtenprocedure is

groot en vergt slechts een kleine inspanning van de klager. De klachtenprocedure wordt op begrijpelijke wijze openbaar gemaakt. De duur van de initiële behandeling van klachten is doorgaans een week, maar wanneer een klachtenprocedure in gang gezet wordt, is dit tegenwoordig maximaal twee maanden. De mogelijkheid tot een spoedprocedure (twee weken) bestaat eveneens. De leden van de klachten- en beroepscommissies functioneren onafhankelijk. Zittingen van de NICAM Klachtencommissie (bestaande uit praktiserende juristen, die bovendien lid zijn van de advocatenorde) mogen doorgaans vrijelijk bijgewoond worden en uitspraken worden verspreid binnen het Algemeen Bestuur, het Commissariaat voor de Media, aan de klager en de beklaagde en later geanonimiseerd gepubliceerd op zowel de website als in de jaarverslagen. Er blijkt echter dat klachten over toelating tot een bepaalde film, door het NICAM niet in behandeling worden genomen. Slechts een beperkt aantal feiten wordt bovendien als klacht ontvankelijk verklaard. Over het niet naleven van de leeftijdsgrenzen kan (met uitzondering van de uitzendtijden bij de televisieomroepen) geen klacht ingediend worden. In deze gevallen is het alleen nog mogelijk aangifte te doen op basis van artikel 240a van het Wetboek van Strafrecht. Immers het verbinden van consequenties van de leeftijdsclassificaties aan het verkoop- en verhuurbeleid is niet meer opgenomen in de reglementen. Daarmee is er ook geen ruimte voor 'de bij overtreding van regels op te leggen sancties' (Tweede Kamer, vergaderjaar 1999-2000, 26 841, nr. 3).

Ongeveer driekwart van de ingediende en in behandeling genomen klachten leidt tot sanctionering. Verder is het onbekend in welke mate de klachtenprocedure bekend is bij het publiek.

Wanneer een ingediende klacht over Kijkwijzer (deels) gegrond wordt verklaard, kan de Klachtencommissie overgaan tot het opleggen van één of meerdere sancties. Voor de hoogte en bepaling van deze sanctie(s) maakt men gebruik van dezelfde richtlijn als het Commissariaat voor de Media. Wanneer de Klachtencommissie van PEGI op basis van een klacht bepaalt dat een spel een hogere leeftijdsclassificatie vereist dan eerder is verleend, zal het spel onmiddellijk uit de verkoop worden gehaald totdat de spelverpakking met de correcte leeftijdsclassificatie kan worden herdrukt. Dit betekent aanzienlijke kosten voor een uitgever en het zorgt ervoor dat de uitgevers voorzichtigheid zullen betrachten bij het classificeren van een spel. Verder dient ook al het promotiemateriaal te worden aangepast.

10.2 Naleving van leeftijdsgrenzen

De tweede onderzoeksvraag heeft betrekking op de naleving door de betrokken branches van de leeftijdsgrenzen zoals die met behulp van

Kijkwijzer en PEGI worden vastgesteld. Deze onderzoeksvraag valt uiteen in drie delen (2a tot en met 2c).

2a In hoeverre worden de leeftijdsclassificaties van Kijkwijzer en PEGI nageleefd wanneer jongeren proberen om een game, dvd of bioscoopkaartje te kopen dat bestemd is voor een hogere leeftijdscategorie?

Uit literatuurstudie (hoofdstuk 3) is gebleken dat correcte naleving van de regels in de praktijk een noodzakelijke voorwaarde is voor het functioneren van een zelfreguleringsstelsel. Om deze naleving te onderzoeken zijn 528 aankoopopdrachten gedaan bij aanbieders van audiovisuele media. Doel van dit deelonderzoek (zie hoofdstuk 5) was om objectief vast te stellen in hoeverre de naleving rondom de verkoop van mediaproducten aan minderjarige jongeren, als belangrijk onderdeel van de co- en zelfreguleringsstelsels Kijkwijzer en PEGI, in de dagelijkse praktijk functioneert. De resultaten van het mysteryshoponderzoek maken inzichtelijk dat jongeren doorgaans weinig moeilijkheden ondervinden bij het aanschaffen van een dvd, game of bioscoopkaartje waarvoor ze eigenlijk te jong zijn. In slechts 14% van de gevallen werden de leeftijdsclassificaties van Kijkwijzer en PEGI door verkooppunten nageleefd. In het gros van de onderzochte situaties (86%) houden verkopers zich dus niet aan de leeftijdsclassificaties zoals vermeld op audiovisuele producten. Vooral wanneer de afstand tussen de leeftijdsclassificatie van het product en de leeftijd van de jongere klein was, konden de jongeren zonder veel problemen de te hoog geclassificeerde audiovisuele producten aanschaffen. Bij 11-jarigen die een *12 jaar*-product probeerden te kopen was de totale naleving 7% en bij 15-jarigen die een *16 jaar*-product probeerden te kopen was de naleving 4%. Wanneer de 11-jarigen een *16 jaar*-product probeerden te kopen was de naleving beter, namelijk 31%.

Uitgesplitst naar sector binnen de branche is de naleving bij bioscopen het hoogst. In 28% van de gevallen worden jongeren geweigerd wanneer zij een te hoog geclassificeerde bioscoopfilm willen bezoeken. Het percentage correcte naleving ligt bij bioscopen hiermee hoger dan bij de andere bezochte aanbieders zoals warenhuizen, speelgoedwinkels, gameshops, cd/dvd winkels en videotheken (waar de naleving varieert van 3 tot 19%). Het is niet onderzocht waarom bioscopen het wat betreft naleving beter voor elkaar lijken te hebben, maar de lange(re) traditie van naleving die bioscopen kennen in verband met de Wet op de Filmvertoningen zou een reden kunnen zijn. De bioscopen laten in ieder geval zien dat het zeker niet onmogelijk moet zijn een hoger nalevingsniveau te bewerkstelligen. Tijdens de diverse aankoopopdrachten krijgen (minderjarige) mysteryshoppers weinig te maken met interventies: er wordt niet vaak gevraagd naar leeftijd of identiteitskaart wanneer een jongere een te hoog geclassificeerd product wil kopen. Wanneer er wel een interventie plaatsvindt, is naleving van de leeftijdsclassificaties van Kijkwijzer en PEGI niet vanzelfsprekend.

Ook wanneer jongeren eerlijk vertellen dat ze nog niet de leeftijd die op het product staat, hebben bereikt, of wanneer ze dat in enkele gevallen zelfs met hun identiteitskaart laten zien, wordt hun toch vaak de mogelijkheid geboden te hoog geclassificeerde producten aan te schaffen.

2b Wat is de dekking (aard en omvang) en naleving van Kijkwijzer op televisie?

Ook voor de televisie geldt dat naleving van de regels een essentiële voorwaarde is voor het goed functioneren van een zelfreguleringssysteem. Deze naleving heeft, volgens het Deelreglement Televisie van Kijkwijzer, betrekking op *dekking* (in hoeverre wordt aan programma's een Kijkwijzerclassificatie toegewezen), *uitzendtijdstippen* (programma's voor bepaalde leeftijden mogen niet te vroeg worden uitgezonden) en *kenmerken van de pictogrammen* (grootte en duur van vertoning). Om deze naleving van de leeftijdsclassificaties te onderzoeken bij televisieomroepen is een inhoudsanalyse uitgevoerd (hoofdstuk 6). Alle uitgezonden televisieprogramma's (en programmaonderdelen) gedurende een volledige week (18 uur per dag, de twaalf grote Nederlandse televisiezenders) zijn in het onderzoek meegenomen.

Ten aanzien van de dekking werd in totaal in de betreffende week 985 keer Kijkwijzer getoond; dat is 21% van het totale aantal programma's of programmaonderdelen (4.641). Wat betreft de uitzendtijdstippen blijkt uit het onderzoek dat, in weerwil van de reglementen, gedurende één televisieweek 31 (3%) programmaonderdelen met de leeftijdsclassificatie 'let op met kinderen tot 12 jaar' zijn uitgezonden voor 20:00 uur en dat 25 (3%) programmaonderdelen met de leeftijdsclassificatie 'let op met kinderen tot 16 jaar' zijn uitgezonden voor 22:00 uur. Opmerkelijk hierbij is dat er echter nauwelijks klachten binnenkomen over dit onderwerp. Het is onduidelijk wat hiervan de oorzaak is, omdat dit geen onderdeel van het onderzoek was. Een mogelijke reden is onbekendheid met de mogelijkheid om klachten in te dienen. Een andere verklaring kan zijn dat ouders het niet belangrijk genoeg vonden of dat de overtredingen niet zijn opgevallen.

Aangaande de kenmerken van de Kijkwijzerpictogrammen staat in de reglementen en statuten van Kijkwijzer beschreven dat Kijkwijzerclassificaties vijf seconden in beeld moeten worden gebracht. Het is hierbij niet duidelijk hoe absoluut deze tijd moet worden geïnterpreteerd (wordt hiermee *minimaal* vijf seconden bedoeld?). Uit de inhoudsanalyse blijkt dat Kijkwijzer in meer dan de helft van de gevallen vier tot vijf seconden in beeld was en in 21% van de gevallen was Kijkwijzer maximaal drie seconden in beeld. De overige 170 keer was Kijkwijzer meer dan vijf seconden in beeld, met een totaal gemiddelde van ruim zeven seconden. Wat betreft de grootte van de Kijkwijzer-pictogrammen wordt ook niet altijd consistent gehandeld. Meestal is de grootte van de pictogrammen gelijk aan de

grootte van het logo van het televisiestation (conform het reglement van Kijkwijzer); enkele televisiezenders wijken daar echter van af en brengen de pictogrammen groter (59%) of juist kleiner (1%) in beeld.

2c In hoeverre worden de leeftijdsclassificaties van Kijkwijzer en PEGI nageleefd wanneer ouders om advies vragen over een game, dvd of bioscoopkaartje dat bestemd is voor een hogere leeftijdscategorie dan die van hun kind?

Kijkwijzer waarschuwt ouders en opvoeders tot welke leeftijd een televisieprogramma of film schadelijk kan zijn voor kinderen. Volgens Kijkwijzer betekent de leeftijdsclassificatie van Kijkwijzer niet dat een televisieprogramma of film ook zonder meer geschikt is voor kinderen vanaf die leeftijd. Volgens Kijkwijzer zijn uiteindelijk ouders zelf verantwoordelijk voor wat hun kinderen mogen zien. In die context is het plausibel dat Kijkwijzer ook als richtlijn wordt gebruikt als ouders aan de branche om advies vragen. In dergelijke gevallen staat de houding van de branche ten opzichte van de systemen en de verantwoordelijkheidsopvatting van de branche centraal. Om de adviesfunctie door de branche te onderzoeken, is gebruikgemaakt van zogenoemde ‘mysterycalls’ (hoofdstuk 7).

De resultaten van de mysterycalls bevestigen in grote lijnen de bevindingen van de eerder beschreven mysteryshopbezoeken. In totaal zijn 149 verkooppunten gebeld door een onderzoeker die zich voordeed als bezorgde ouder en het verkooppunt om advies vroeg ten aanzien van een minderjarig kind dat een audiovisueel product wilde zien dat te hoog gekwalificeerd is. Hierbij krijgt ongeveer een derde van de ouders te horen dat het verantwoord is het product aan het kind te tonen (in tegenspraak met Kijkwijzer en PEGI), een derde van de verkopers adviseert ouders wél in lijn met Kijkwijzer en PEGI en de overige verkopers geven geen advies of leggen de verantwoordelijkheid specifiek terug bij de ouders. Het blijkt dat de verkopers anders omgingen met de situatie waarin de afstand tussen de leeftijd van het kind en de leeftijdsclassificatie van het product het grootst was. Alleen in het script met een 11-jarig kind en een dvd of game met de classificatie *16 jaar* volgde de meerderheid van de verkopers de Kijkwijzer- of PEGI-classificatie (59%).

De systemen Kijkwijzer en PEGI lijken, ook wanneer het gaat om het adviseren aan ouders, voor verkopers niet van primair belang. Hoewel de leeftijdsclassificatie de directe aanleiding vormde voor de telefoongesprekken en de ouders (noch de verkopers) belang hadden bij het niet naleven van de leeftijdsclassificaties, was er aan de kant van de verkopers weinig aandacht voor de classificaties van Kijkwijzer en PEGI. Slechts 35% van de telefoongesprekken eindigde in een advies conform de Kijkwijzer- of PEGI-classificaties. En slechts in iets meer dan de helft van deze gevallen werd het negatieve advies expliciet gerelateerd aan de Kijkwijzer- en

PEGI-classificatie. Verkopers gaan meestal uit van de eigen verantwoordelijkheid van ouders, zelfs als die ouders de verkopers expliciet om hulp vragen. Dat de branches die aangesloten zijn bij Kijkwijzer en PEGI deze systemen beschouwen als leidraad in een eventuele adviesfunctie aan ouders blijkt in de praktijk nauwelijks te gelden.

10.3 Kennis over en draagvlak voor de systemen en redenen voor (niet-)naleving

De derde onderzoeksvraag richt zich op de beweegredenen van de branche om zich al dan niet aan de leeftijdsclassificaties te houden. Voor het goed functioneren van Kijkwijzer en PEGI is het van belang niet alleen te weten in hoeverre verkooppunten zich houden aan de leeftijdsgrenzen, maar moet ook worden gekeken naar wat de kennis is van de systemen, hoe het is gesteld met het draagvlak voor de systemen en wat redenen zijn voor het wel of niet naleven van de leeftijdsclassificaties. Deze voorwaarden voor effectieve naleving door de verkooppunten zijn onderzocht met behulp van een vragenlijst (hoofdstuk 8) die antwoord geeft op de volgende deelvragen:

3a Wat is de kennis van de medewerkers van verkooppunten over Kijkwijzer en PEGI?

Geconstateerd is dat verkopers globaal op de hoogte zijn van Kijkwijzer en (in mindere mate) PEGI, maar dat er ook duidelijke hiaten in hun kennis zitten. Zo blijken zij niet de betekenis van alle pictogrammen goed te kennen en is het de verkopers ook niet helemaal duidelijk op welke typen producten zij een Kijkwijzer- dan wel PEGI-classificatie kunnen verwachten. Het is de vraag of het onderscheid tussen beide systemen op de werkvloer voldoende bekend is. Daarnaast vatten verkopers de beide systemen te vrijblijvend op. Ze zien de systemen meer als voorlichting, informatie of advies dan als voorschrift. De wettelijke grondslag voor de leeftijdsbeperkingen lijkt voor de verkopers ten slotte duidelijker voor de 16 jaar-grens dan voor de 12 jaar-grens.

3b Wat is het draagvlak onder medewerkers van verkooppunten voor Kijkwijzer en PEGI?

Over het algemeen zijn verkopers positief over de systemen van Kijkwijzer en PEGI. Dat blijkt uit het rapportcijfer dat ze aan de systemen geven (waarbij Kijkwijzer overigens hoger gewaardeerd wordt dan PEGI: 7,2 tegenover 6,6) en ook uit het feit dat de verkopers het achterliggende beleidsdoel (jongeren beschermen tegen schadelijke media-inhoud) over het algemeen onderschrijven. Toch blijkt uit dit onderzoek ook dat verko-

pers zich niet persoonlijk verantwoordelijk voelen voor de aankopen van jongeren. Winkels en winkelketens achten zij daarvoor evenmin verantwoordelijk. De verkopers vinden vooral de ouders en, in mindere mate, de jongeren zelf verantwoordelijk.

3c Wat zijn redenen voor het (niet) naleven van leeftijdsgrenzen door de branche?

Uit de vragenlijst komen drie factoren naar voren die van invloed kunnen zijn op de naleving van de leeftijdsgrenzen. In de eerste plaats is dat de persoonlijke acceptatie van de systemen. De individuele opvattingen van verkopers, en niet de opvattingen die binnen een bepaald verkooppunt gelden, zijn van invloed op de bereidheid van verkopers om zich te houden aan de leeftijdsrestricties. In de tweede plaats is dat de inschatting van de wettelijke grondslag voor de leeftijdsbeperkingen. De bereidheid van verkopers om zich aan de leeftijdsgrenzen te houden is groter wanneer ze weten dat daar een wettelijke grondslag voor is. In de derde plaats is ook de controle van invloed. Verkopers zullen zich beter aan de leeftijdsrestricties gaan houden als ze serieuzer rekening gaan houden met (externe) controles op de naleving.

Factoren als sancties en praktische bezwaren spelen in de huidige situatie nog geen rol. De kans dat overtredingen ontdekt worden, is in de beleveringswereld van de verkopers vermoedelijk zo laag dat ze zich geen voorstelling kunnen maken van en al helemaal geen zorgen maken over de sancties die kunnen worden opgelegd. Praktische bezwaren zouden een grotere rol kunnen gaan spelen wanneer verkopers daadwerkelijk gaan proberen om de leeftijdsrestricties na te leven. In de spontaan genoemde redenen voor niet-naleving komen de praktische bezwaren wel al naar voren (bijvoorbeeld: het voorkomen van ruzie of onenigheid met klanten, de moeilijkheid van het inschatten van de leeftijd van jongeren).

10.4 Ongewenste neveneffecten van de pictogrammen

In de vierde onderzoeksvraag gaat het om de mogelijk aantrekkende werking van (te hoge) leeftijdsclassificaties en waarschuwingspictogrammen van Kijkwijzer en PEGI. Beide systemen zijn natuurlijk bedoeld om jongeren te beschermen tegen schadelijke inhoud van mediaproducten, maar uit (wetenschappelijke) literatuur blijkt ook de mogelijkheid van een ongewenste bijwerking van dergelijke systemen: de leeftijdsclassificaties en waarschuwingspictogrammen zouden een aantrekkende werking kunnen hebben op jongeren. Om dit te onderzoeken is de volgende onderzoeksvraag opgesteld.

4 *In hoeverre is er sprake van ongewenste neveneffecten van de leeftijdsclassificaties en waarschuwingspictogrammen voor jongeren?*

In een experimenteel onderzoek (hoofdstuk 9) is onderzocht in hoeverre er een aantrekkende werking uitgaat van de pictogrammen. Jongeren bekeken in een experimentele setting covers van dvd's en games, waarvan de Kijkwijzer- en PEGI-pictogrammen gemanipuleerd waren. Er blijkt dat er in de huidige situatie (dus met bestaande, maar onbekende hoesjes met daarop de pictogrammen in de werkelijke grootte) geen aantrekkende werking uitgaat van de Kijkwijzer- en PEGI-pictogrammen. Dit ondanks het feit dat jongeren wel enige aandacht lijken te schenken aan de pictogrammen. Zo wordt de waardering van de basisschoolleerlingen negatief beïnvloed door de waarschuwingspictogrammen en geven middelbare scholieren de voorkeur aan *12 jaar*-dvd's en -games boven dvd's en games voor alle leeftijden. Op dit moment hebben de classificaties een weinig prominente plek op de covers van dvd's en games. Als ze in de toekomst meer prominentie zouden krijgen, is een andere conclusie dan de bovenstaande niet ondenkbaar.

10.5 Functioneren van Kijkwijzer en PEGI

De hoofdvraag waar dit rapport antwoord op wil geven, luidt als volgt:

Hoe functioneren de huidige systemen van zelfregulering van Kijkwijzer en PEGI in Nederland?

Om de hoofdvraag van dit onderzoek te beantwoorden worden de voor- en nadelen van zelfregulering ten opzichte van wetgeving ten aanzien van de huidige systemen Kijkwijzer en PEGI besproken aan de hand van de resultaten van de deelstudies uit de vorige hoofdstukken.

10.5.1 Voordelen zelfregulering

In de literatuur (Van Driel, 1989; Eijlander, 1993; Gunningham et al., 1998; Baarsma et al., 2003; Trubeck, Cottrell & Nance, 2006; Dorbeck-Jung & Van Amerom, 2007) worden diverse voordelen van zelfregulering ten opzichte van wetgeving genoemd. Deze zullen hieronder worden benoemd, waarna dieper wordt ingegaan op de vraag of deze voordelen ook van toepassing zijn op de zelfreguleringsystemen Kijkwijzer en PEGI.

1 *Zelfregulering wordt door de zelfregulerende groep eerder nageleefd dan wetgeving*

Reden hiervoor zou zijn dat de maatschappelijke groepen de regels accepteren omdat zij die mede hebben opgesteld; men ervaart de regels als

'eigen'. Uit eerder onderzoek blijkt dat de opstelling van de uitvoerende actoren tegenover de regels van groot belang is (Kagan & Scholz, 1984). Zo zijn *compliance* en *normgetrouwheid* van belang.

In het vragenlijstonderzoek (hoofdstuk 8) geven de verkopers aan dat er bij hen sprake is van compliance. Zo geven zij aan over het algemeen geen dvd's of games te verkopen aan jongeren die daarvoor te jong zijn. Ook zijn ze positief over de naleving van de leeftijdsgrenzen door collega's. Een normgetrouwe opstelling is eveneens van belang als het gaat om naleving van de regels. Bij een normgetrouwe opstelling acht de ondernemer zich gebonden aan rechtsstatelijke regels als hij deze als redelijk ervaart. Hij vindt dat hij een maatschappelijke verantwoordelijkheid heeft. De verkopers geven in het onderzoek aan dat ze zich over het algemeen aan de regels willen houden en geen dingen te doen die hen in de problemen zouden kunnen brengen. Men houdt zich niet alleen aan de regels als deze voordelig voor de eigen winkel zouden zijn. Uit het vragenlijstonderzoek onder verkopers blijkt dus dat verkopers zeggen de systemen te steunen en belangrijk te vinden. De resultaten van het mysteryshoponderzoek (hoofdstuk 5) laten echter een ander beeld zien. Het verbod audiovisuele producten te verkopen aan jongeren die daarvoor nog te jong zijn, wordt onvoldoende nageleefd. De correcte naleving was in totaal 14%, maar in het gros van de onderzochte gevallen (86%) houden verkopers zich niet aan de leeftijdsclassificaties zoals vermeld op audiovisuele producten. Het blijkt dat de naleving hoger is wanneer dvd's, games of bioscoopkaartjes een aanzienlijk deel van het assortiment vormen (naleving bioscopen: 28%, videotheken waar een huurpoging werd gedaan en cd/dvd-winkels (beiden 19%), videotheken waar een aankoopoging werd gedaan (17%), gameshops (10%), speelgoedwinkels en bibliotheken (beide met een naleving van 8%) en tot slot warenhuizen: 3%). De lage nalevingspercentages zijn opmerkelijk te noemen aangezien verkopers zelf aangeven de systemen Kijkwijzer en PEGI te steunen. De dagelijkse praktijk blijkt echter anders te zijn.

Zelfgerapporteerde steun voor de systemen betekent dus niet dat verkopers zich ook verantwoordelijk voelen voor naleving van de systemen. Dat blijkt des te meer wanneer de verkopers wordt gevraagd naar deze verantwoordelijkheid. De verkopers achten zichzelf noch de winkels en ketens verantwoordelijk. Zij vinden vooral de ouders van de jongere en, in mindere mate, de jongeren zelf verantwoordelijk. Dit lijkt een kritiek punt, temeer daar de branchevertegenwoordigers aangeven dat de verkooppunten de grootste rol vervullen bij het bevorderen van de naleving.

Wat verder van belang is, volgens de theorie, voor de motivatie van de verkopers om de regels na te leven is een positieve reactie van de leiding op de naleving van de controle bij verkoop. Dit zal de nalevingsbereidheid van de verkopers stimuleren. Omgekeerd zullen negatieve ervaringen (onbegrip of afkeuring) de nalevingsbereidheid verminderen. Het besef moet ontstaan dat de handeling van een ondernemer negatieve conse-

quenties kan hebben voor alle leden van de zakengemeenschap (Havinga, 2004; Reed, 1998).

Uit het vragenlijstonderzoek blijkt dat verkopers zelf Kijkwijzer en PEGI zinnige systemen vinden die bovendien nuttig zijn. Regels zoals die zijn bepaald in Kijkwijzer en PEGI zijn volgens hen nodig om verantwoord om te gaan met de verkoop van dvd's en games aan jongeren. Volgens de verkopers bestaat er ook binnen de winkel steun voor de systemen. Wel denken de verkopers dat jongeren een dvd of game wel in een andere winkel kunnen kopen als de verkoop wordt geweigerd in de eigen winkel, vooral omdat daar de leeftijdsclassificaties van Kijkwijzer en PEGI minder worden nageleefd. In de ogen van de verkopers is een *business community* dus niet nadrukkelijk aanwezig. De mate van naleving blijkt vooral af te hangen van de persoonlijke norm van de verkopers en niet van het beleid van (de leiding van) het verkooppunt of een gedeeld verantwoordelijkheidsgevoel binnen de branche.

2 *Maatschappelijke groepen kunnen effectiever reguleren vanwege de specifieke reguleringskennis waarover zij beschikken*

Effectieve normstelling, uitvoering en handhaving vereist specifieke expertise van het beleidsterrein. Voor de wetgever is het soms onmogelijk of kost het meer moeite zich deze kennis eigen te maken. Wanneer verkopers wordt gevraagd naar de kennis van de systemen Kijkwijzer en PEGI, geven zij aan dat zij over voldoende kennis beschikken. Wanneer de verkopers echter getoetst worden op deze kennis, blijkt dat de kennis van het verkopend personeel met betrekking tot de systemen middelmatig is. Zonder kennis (weten) van het strafrechtelijke verbod en de verplichtingen van de mediadetailhandel tot instructie en controle is bewuste naleving niet mogelijk, zo blijkt uit de literatuur.

De verkopers blijken een grotere kennis van het systeem Kijkwijzer te hebben in vergelijking met PEGI. Het verschil tussen Kijkwijzer en PEGI ontgaat de verkopers en ook het publiek wellicht. Uit het vragenlijstonderzoek blijkt bijvoorbeeld dat 57% van de verkopers denkt dat de Kijkwijzerpictogrammen terug te vinden zijn op games. Onduidelijkheid is er bij de verkopers over de plaatsen waarop de diverse pictogrammen worden aangebracht en de betekenis van enkele pictogrammen. Desalniettemin geven de verkopers dus aan, net als de directe collega's, de regels goed te kennen, maar wordt er binnen de winkel eigenlijk niet over Kijkwijzer en PEGI gesproken en is de klachtenafhandeling minder duidelijk. Het feit dat verkopers aangeven dat collega's de regels goed kennen is opmerkelijk aangezien verkopers tegelijkertijd aangeven dat nieuwe collega's weinig informatie ontvangen over Kijkwijzer en PEGI.

Het overbrengen van kennis aan alle lagen binnen het systeem is ook van belang. De overheid, het NICAM en de brancheorganisatie claimen ruime aandacht te schenken aan een goede communicatie- en informatiestrategie. Diverse communicatie-uitingen worden daarvoor ingezet.

De branchevertegenwoordigers geven aan voorlichting belangrijk te vinden. Voorbeelden van deze voorlichting zijn de gesprekken tussen vertegenwoordigers van distributeurs en inkopers over bepaalde spraakmakende spellen en nieuwsbrieven naar aanleiding van actualiteiten. Ook de inrichting van winkels (de manier van etaleren van de producten) is iets waar enkele brancheorganisaties aandacht aan besteden. De informatievoorziening binnen de branches geschiedt echter voornamelijk naar aanleiding van incidenten (bijvoorbeeld na de constatering van het NICAM dat prijsstickers door de ondernemer soms over de Kijkwijzerpicogrammen worden geplakt) en is daardoor niet structureel te noemen. Op het niveau van de individuele ondernemers wordt verondersteld dat zij hun verkooppersoneel informeren over Kijkwijzer en PEGI en dat klanten worden geïnformeerd door middel van kassastickers en informatiebordjes in het verkooppunt. Dit is vastgelegd in het Deelreglement Dvd/Videofilm en Filmverkoop. Interviews die zijn gehouden met branchevertegenwoordigers en de mysteryshopbezoeken laten zien dat er uiteindelijk weinig voorlichtingsmateriaal over Kijkwijzer en PEGI in de winkel aanwezig is voor het publiek. Een mogelijke reden hiervoor is de overvloed aan promotiemateriaal die ondernemers ontvangen. In de praktijk wordt het voorlichtingsmateriaal zelden tot nooit nabesteld.

3 Zelfregulering bespaart reguleringskosten

Bij zelfregulering draagt de maatschappelijke groep in de regel de kosten voor normstelling, uitvoering en handhaving. Reguleringskosten verschuiven van de overheid naar het maatschappelijke veld. Bij PEGI is dit inderdaad het geval, omdat bij PEGI sprake is van zuivere zelfregulering. Kijkwijzer is echter een vorm van co-regulering, wat inhoudt dat het systeem beleidsmatig, maar ook deels financieel wordt onderhouden door de Nederlandse overheid.

4 Zelfregulering biedt meer ruimte voor flexibele interpretatie en aanpassing van regels

Bij zelfregulering liggen de regelgevingprocedures en interpretatieregels minder vast dan bij wetgeving. Daardoor kunnen regelgeving en interpretatie sneller worden aangepast aan nieuwe inzichten. Ook wordt gesteld dat zelfregulering in de regel sneller tot stand komt dan wetgeving (vanwege het ontbreken van langdurige democratische besluitvormingsprocedures). Tijdens documentanalyse is een aanzienlijke wijziging in de Deelreglementen Filmwerk en het Deelreglement Dvd/Videofilm geconstateerd, waarbij de meeste recente versie van het Deelreglement (2006) sterk is versoerd ten opzichte van het originele reglement uit 2001. Tevens zijn in 2006 enkele wijzigingen in de statuten en het Algemeen Reglement aangebracht. Wanneer men de betreffende deelreglementen uit 2004 met die van 2006 vergelijkt, vallen majeure verschillen op ten aanzien van de specifieke voorwaarden waaraan de bioscoopexploitanten en

verkooppunten moeten voldoen. Bij de wijziging van de deelreglementen in mei 2006 zijn de meeste verplichtingen geschrapt, volgens het NICAM was een van de redenen hiervoor de reglementen meer aan te laten sluiten bij de realiteit van de dagelijkse praktijk. Het is overigens niet erg aannemelijk dat de procedure van het transactiemoment voor de wijziging van het Deelreglement in 2006 wezenlijk anders was dan het geconstateerde in 2007. Uit het vragenlijstonderzoek onder verkopers blijkt immers dat zij niet goed op de hoogte zijn van de regels van de co- en zelfregulerings-systemen van Kijkwijzer en PEGI. Het is veel aannemelijker dat de regels zijn versoepeld *omdat* men zich in de praktijk al zodanig gedroeg. Sinds de aanpassing van het Deelreglement in 2006 hoeven zowel de bioscoopexploitanten als de detaillist alleen nog te voldoen aan de verplichting om te beschikken over voldoende door het NICAM en de brancheorganisaties opgestelde informatie over Kijkwijzer, zodat dit desgevraagd aan de klant ter hand kan worden gesteld, en het personeel te informeren over de Kijkwijzer. Daarnaast dient de bioscoopexploitant ervoor te zorgen dat de leeftijdsclassificatie van de trailer niet hoger is dan de leeftijdsclassificatie van de vertoonde film. Uit interviews met betrokkenen en de mysteryshopbezoeken blijkt echter dat er weinig sprake is van voorlichting aan de klant. Geconcludeerd kan worden dat hoewel zelfregulering *an sich* het voordeel biedt dat er ruimte is voor een flexibele interpretatie, dit ook onduidelijkheden met zich mee kan brengen die mogelijk de effectiviteit van de systemen ondermijnen. Anders dan wetgeving is zelfregulering niet aan democratische procedures gebonden. Veranderingen (en daarmee ook een eventuele afzwakking van plichten die tot bescherming van de doelgroep dienen) kunnen bij zelfregulering zonder ingrijpende controle plaatsvinden. Wetgeving biedt daartegen rechtszekerheid.

5 *Zelfregulering is effectiever vanwege de ruimte voor diversiteit*

Zelfregulering kan meer rekening houden met specifieke omstandigheden van het maatschappelijke veld. Er kan op specifieke weerstanden tegen regelgeving worden geanticipeerd en er kan worden ingegaan op specifieke reguleringsbehoeften. Wetgeving is gebonden aan uniformiteit en abstractie. De ontwikkeling van de diverse deelreglementen van het systeem Kijkwijzer geeft aan dat zelfregulering deze ruimte biedt voor specifieke omstandigheden. Voor de bioscoopexploitanten golden voor 2006 aanvullende regels ten aanzien van de communicatie over Kijkwijzer. Het is daarbij de vraag of deze diversiteit bijgedragen heeft aan de effectiviteit van de zelfregulering. Opvallend is dat in de huidige situatie minder gebruik wordt gemaakt van de ruimte voor diverse regels in de deelreglementen.

10.5.2 *Nadelen zelfregulering*

Volgens de literatuur kent zelfregulering de volgende nadelen ten opzichte van wetgeving:

1 *Zelfregulering is minder effectief vanwege het gebrek aan effectieve handhaving*

Zelfreguleringsregels zijn vaak moeilijk af te dwingen. De sanctionering is in de regel niet openbaar en de sancties zijn licht. Dit geldt ten dele voor Kijkwijzer en PEGI. De sanctionering is weliswaar openbaar, de tot nu toe opgelegde sancties zijn daarentegen inderdaad licht te noemen. Een logische verklaring hiervoor is het op peil houden van de aansluitingsgraad. Als immers keer op keer aangeslotenen worden geconfronteerd met hoge boetes, neemt de kans toe dat deze deelnemers zich op een gegeven moment onttrekken aan de systemen. En een hoge aansluitingsgraad is essentieel bij een zelfreguleringsstelsel.

Met betrekking tot het klachtensysteem hoeven klagers over Kijkwijzer niet te verschijnen tijdens de zitting, maar worden hiertoe wel uitgenodigd. Onkosten hiervoor worden niet vergoed. Tijdens de interviews geeft een vertegenwoordiger aan dat klachten soms niet worden voorgelegd aan de Klachtencommissie, omdat ze anoniem worden ingediend. Dit gebeurt om juridische redenen. Volgens de geïnterviewde hebben klagers blijkbaar niet altijd zin om een hele procedure te starten, waardoor ze al in een vroeg stadium afhaken. Daarnaast zijn klachten die gericht zijn op het niet naleven van de leeftijdsgrenzen (televisie uitgezonderd) niet ontvankelijk. Of zowel winkeliers als het publiek bekend zijn met de klachtenprocedure kan men bij het NICAM niet aangeven. Met betrekking tot de controle op de naleving zijn er voor Kijkwijzer (behalve het toezicht van het Commissariaat voor de Media op naleving bij televisie) geen activiteiten ontplooid. Daarnaast blijkt dat in het klachtenreglement van het NICAM geen regels zijn opgenomen over de naleving tijdens het transactiemoment, met uitzondering van de uitzendingen door de televisieomroepen. De klachtenprocedure richt zich op televisieprogramma's en dvd's/films en dan uitsluitend op de juistheid van de classificatie. In de reglementen zijn bovendien bepalingen over de naleving van de leeftijdsgrenzen aan de kassa geschrappt. Met deze reglementswijziging wordt afstand genomen van de eigen maatschappelijke verantwoordelijkheid van ondernemers om jongeren te beschermen tegen schadelijk beeldmateriaal. Na de wijzigingen geldt immers alleen nog artikel 240a van het Wetboek van Strafrecht.

Bij PEGI verschilt de controle op de naleving per land. De ISFE houdt zich hier buiten. In het Verenigd Koninkrijk heeft het VSC hiertoe wel enkele initiatieven ontwikkeld. Ten aanzien van het transactiemoment wordt door de ISFE niets ondernomen. Op alle producten wordt de www.peginfo.com website vermeld en daar kan men informatie vinden. Grootschalige

campagnes zijn door de grote variëteit aan talen binnen de Europese Unie nog te kostbaar. Wel zijn er enkele folders beschikbaar in verschillende talen, maar hun oplage is beperkt.

Een belangrijke reden voor niet-naleving is volgens verkopers dat niet-naleving over het algemeen niet snel wordt ontdekt. Daarmee komt een belangrijke tekortkoming van de huidige inrichting van de systemen aan het licht, namelijk het grotendeels ontbreken van controle op de naleving van de leeftijdsgrenzen. Het blijkt dat er nauwelijks activiteiten zijn ontwikkeld om de naleving van de leeftijdsgrenzen te regelen. Dit wordt voornamelijk bij de aanbieders van audiovisuele media zelf neergelegd. Voor de televisieomroepen zijn de regels grotendeels vastgelegd in het deelreglement Televisie van het NICAM en is slechts de uitvoering hiervan de rol van de televisieomroepen zelf. Dit in tegenstelling tot de overige aanbieders zoals bibliotheken, bioscopen, videotheken, muziekwinkeliers, warenhuizen en winkelketens. Hier wordt namelijk in de deelreglementen Dvd/Videofilms en Filmwerk de verantwoordelijkheid volledig bij de ondernemer zelf gelegd onder vermelding van volledige toepassing van artikel 240a WvSr. De ondernemers bepalen hierbij zelf de regels die tijdens het transactiemoment moeten worden toegepast om te voldoen aan dit wetsartikel.

Controle op de naleving van deze regels wordt niet erg waarschijnlijk geacht. Een bezoek van een externe controleur wordt bijvoorbeeld niet snel verwacht. Ook denken de verkopers dat jongeren een dvd of game wel in een andere winkel kunnen kopen als de verkoop wordt geweigerd in de eigen winkel, vooral omdat in andere winkels de leeftijdsclassificaties van Kijkwijzer en PEGI minder zouden worden nageleefd. Verkopers vinden het soms ook lastig om de leeftijd van een jongere te schatten en om de leeftijd te controleren. Oorzaken van niet-naleving van de leeftijdsgrenzen zijn volgens de verkopers verder het voorkomen van onenigheid met de jongere of met de ouders van de jongere, winstmotief, de inhoud van het product (inhoud belangrijker dan de classificatie), praktische bezwaren, gebrek aan kennis en informatie over de systemen en geen draagvlak voor de systemen Kijkwijzer en PEGI.

Zoals uit de literatuur al naar voren komt, kan zelfregulering minder effectief blijken vanwege het gebrek aan effectieve handhaving. Dit gaat ook op bij het zelfreguleringssysteem PEGI en het co-reguleringssysteem Kijkwijzer. Zelfreguleringregels blijken moeilijk af te dwingen. Uit de verschillende interviews blijkt dat de audiovisuele branche zelf sterk overtuigd is van de adviserende rol die Kijkwijzer kan vervullen en dat wordt getwijfeld aan de haalbaarheid van het verplichtende karakter. De branche lijkt het classificeren van de media het hoogst haalbare te vinden.

2 Zelfregulering biedt minder zekerheid

Anders dan wetgeving is zelfregulering niet gebonden aan een vaste en formele procedure. Er bestaat geen plicht wijzigingen van regels openbaar

te maken. De majeure wijzigingen van bepaalde deelreglementen van Kijkwijzer die in het empirisch onderzoek naar voren zijn gekomen, lijken dit nadelig effect van zelfregulering te bevestigen. Deze veranderingen hebben op informele wijze plaatsgevonden. Dit kan tot gevolg hebben dat bij de doelgroepen en normadressaten (jongeren, ouders en verkopers) geen zekerheid bestaat over de geldende regels.

3 Zelfregulering gaat gepaard met hogere reguleringskosten

De flexibiliteit van zelfregulering lokt continue aanpassing en verandering van regels uit. Continue verandering leidt tot hogere reguleringskosten. Bij wetgeving is minder verandering mogelijk. In onderhavig onderzoek is dit gegeven niet onderzocht.

4 De sociale legitimatie van zelfregulering is geringer

Zelfregulering wordt in de samenleving minder aanvaard, omdat niet de democratische procedure is doorlopen en er geen rechterlijke bescherming wordt geboden. Vaak zijn regels en procedures niet transparant. Zelfregulering kan worden ervaren als gebrek aan daadkracht van de overheid. Dat de regels minder worden aanvaard, komt onder andere tot uiting in de adviesfunctie van ondernemers in de richting van de consument. Uit het mysterycallonderzoek blijkt dat de systemen Kijkwijzer en PEGI, wanneer het gaat om het adviseren van ouders, voor verkopers niet van primair belang zijn. Slechts 35% van de telefoongesprekken eindigde in een advies conform de Kijkwijzer- of PEGI-classificaties. Verkopers gaan meestal uit van de eigen verantwoordelijkheid van ouders, zelfs als die ouders de verkopers expliciet om hulp vragen. Wel moet gesteld worden dat er vanuit het perspectief van de gebruikers (ouders en jongeren) draagvlak lijkt te bestaan voor de systemen Kijkwijzer en PEGI.

10.6 Eindconclusie

In deze laatste paragraaf kijken we vanuit drie verschillende perspectieven naar de zelfreguleringssystemen Kijkwijzer en PEGI. Deze perspectieven zijn (a) de gebruikers (hoe worden de systemen gebruikt door ouders en jongeren?), (b) de overheid (in hoeverre dragen de systemen Kijkwijzer en PEGI bij aan de bescherming van jongeren tegen schadelijke media-inhoud?) en (c) de branche (hoe functioneren de systemen in de dagelijkse praktijk?).

De gebruikers (ouders en jongeren)

De systemen Kijkwijzer en PEGI zijn ontwikkeld om jongeren te beschermen tegen en ouders te informeren over schadelijke media-inhouden. Uit eigen onderzoek van het NICAM (2003) blijkt dat 17% van de ouders zorgen heeft over de hoeveelheid tijd die hun kinderen besteden aan

computergames. Ouders gaan uit van positieve effecten (op kennis en emoties) van het spelen van games, maar ook van negatieve invloeden (op gezondheid, sociale omgang en houding of gedrag). Jongeren zelf zijn niet van mening dat hun gedrag door games beïnvloed wordt (NICAM, 2003). Verder blijkt dat slechts 17% van de ouders vindt dat de games die worden gespeeld gewelddadig zijn, tegenover 34% van de kinderen (TNS NIPO, 2008). Ouders lijken dus niet erg bezorgd te zijn als het gaat om de games die hun kinderen spelen. Echter, een grote meerderheid van de ouders (78%) vindt het belangrijk te kunnen inschatten in hoeverre een game schadelijk kan zijn voor hun kinderen en vanaf welke leeftijd een dergelijke game 'veilig' gespeeld kan worden (NICAM, 2003). Jongeren zelf hebben weer veel minder behoefte aan dergelijke informatie. Ouders willen vooral geïnformeerd worden over de aanwezigheid van geweld in spelletjes, gevolgd door informatie over alcohol en drugs en over grof taalgebruik. Informatie over de mogelijke schadelijkheid van games is het meest van belang voor ouders van kinderen tot 12 jaar.

Uit onderzoek van Intomart (2008) in opdracht van NICAM blijkt dat ruim acht van de tien ouders (met kinderen in de leeftijd van 3 tot en met 15 jaar) gebruik zeggen te maken van Kijkwijzer. Bijna de helft doet dat vaak of regelmatig en ruim een derde (37%) doet dat soms. De meerderheid van de ouders (94%) geeft aan Kijkwijzer een zinvol systeem te vinden. Uit eigen onderzoek van het NICAM (2006), dat is afgenomen onder kinderen in de leeftijdscategorie 9-14 jaar, blijkt dat deze leeftijdsgroep Kijkwijzer *zelf* gebruikt als waarschuwing voor televisieprogramma's en (bioscoop) films die ze liever niet willen zien. Een kwart van deze kinderen zegt dat zelfs vaak te doen. Deze bevindingen worden ondersteund door de experimentele studie die onderzocht in hoeverre er sprake is van een aantrekkende werking van de pictogrammen. Er blijkt geen sprake te zijn van een aantrekkende werking, maar jongeren lijken wel aandacht te besteden aan de pictogrammen. Vanuit het perspectief van de gebruikers lijkt er dus draagvlak te bestaan voor de systemen Kijkwijzer en PEGI.

De overheid

De Nederlandse overheid is zich al geruime tijd bewust van de noodzaak jongeren te beschermen tegen schadelijk beeldmateriaal (via video, dvd, film en televisie). Wanneer vanuit de overheid eind jaren negentig de oproep wordt gedaan voor de oprichting van een onafhankelijke instelling die moest dienen als landelijk steunpunt voor zelfregulering binnen de audiovisuele branche (Kamerstukken II, 1996/1997, 25 266, nr. 1), geeft de audiovisuele branche hieraan in 1999 gehoor. In gezamenlijk overleg wordt het NICAM opgericht. Om jongeren te beschermen tegen de mogelijk schadelijke gevolgen van het spelen van games volgt in 2003 de introductie van PEGI. Het PEGI-systeem is tot stand gekomen door een samenwerking tussen de ISFE en de nationale brancheorganisaties en

Europese instellingen. Daarbij is gebruikgemaakt van bestaande nationale systemen.

Met Kijkwijzer en PEGI heeft de Nederlandse overheid op dat moment twee zelfreguleringsystemen tot haar beschikking die een belangrijke bijdrage kunnen leveren aan de bescherming van jongeren tegen schadelijke media-inhouden. Belangrijke uitgangspunten daarbij waren dat jongeren moeten worden beschermd tegen beelden die mogelijk angst opwekken, brutaliserend geweld vertonen of rechtvaardigen, het gebruik van drugs aantrekkelijk voorstellen of vergoelijken, pornografie bevatten, of op andere gronden volgens de algemeen geldende opvattingen niet geschikt zijn voor vertoning aan bepaalde categorieën van jeugdigen. Hiertoe dienden de brancheorganisaties van alle sectoren binnen de bedrijfstak een voor hun leden bindende regeling te treffen, waarin ten minste worden vastgelegd:

- 1 de wijze waarop leeftijdsclassificatie en productvoorlichting dienen plaats te vinden;
- 2 de consequenties van de leeftijdsclassificatie voor distributie of uitzending;
- 3 de wijze van handhaving van en controle op de naleving van de regels;
- 4 de bij overtreding van de regels op te leggen sancties, en
- 5 de inrichting van een klachtenmeldpunt en de werking daarvan.

Uit onderhavig onderzoek blijkt dat de punten 2 en 4 weinig problemen opleveren, maar dat op de punten 1 (gedeeltelijk), 3 en 5 nog de nodige verbeteringen wenselijk zijn. Zo is gebleken dat bij zowel Kijkwijzer als PEGI nauwelijks voorlichting voor verkooppersoneel plaatsvindt (op de verschillende niveaus, terwijl de instructieplicht voor het personeel nog steeds is opgenomen in de reglementen) en dat het klachtensysteem *an sich* wel functioneert, maar selectief te noemen is. Bovendien vindt er geen controle plaats op de naleving van de leeftijdsgrenzen aan het einde van de distributieketen, waardoor het functioneren van beide reguleringssystemen op een cruciaal punt (naleving) te wensen overlaat.

Een vraag die bovendien uit dit onderzoek naar voren komt, is in hoeverre het wenselijk en nuttig is dat er twee verschillende systemen bestaan voor de classificering van mediaproducten. Onder verkopers is het onderscheid tussen de twee in ieder geval niet geheel duidelijk.

De branche

Zelfreguleringsystemen bestaan uit een stelsel van zelfreguleringsactiviteiten. In aansluiting op de reguleringketen zoals deze in de literatuur is beschreven (Dorbeck-Jung, Oude Vrielink & Reussing, 2006) bevat dit stelsel samenhangende reguleringsactiviteiten die gericht zijn op de *normstelling*, *uitvoering* (invoering en toepassing) en *handhaving* (toezicht en sanctionering) van regels.

Hoewel niet de primaire focus van dit onderzoek, lijkt er op het gebied van normstelling geen sprake te zijn van wezenlijke problemen met de beide systemen. De problemen doen zich wel voor wanneer gekeken wordt naar de uitvoering en de handhaving. De branche lijkt vooral te focussen op de normstelling (en samenhangende activiteiten), en minder (of niet) op de uitvoering en handhaving. Het onderzoek in dit rapport maakt duidelijk dat verkopers weinig consequenties verbinden aan de leeftijdsclassificaties die aan films en games zijn toegekend. Het kost jongeren weinig moeite om een dvd, bioscoopkaartje of game te kopen of te huren met een te hoge leeftijdsclassificatie. Dit lijkt te maken te hebben met de manier waarop verkopers tegen de systemen aankijken. Ze zien de systemen niet zozeer als voorschriften waar ze zich bij de verkoop aan zouden moeten houden, maar als informatie en/of advies waar met name ouders hun voordeel mee kunnen doen. Deze vrijblijvendheid vertaalt zich in een onverschillige houding ten aanzien van de leeftijdsclassificaties, die niet goed aansluit bij de bescherming van jongeren tegen schadelijke media-inhouden. De informatie over de schadelijkheid van een film of een game is beschikbaar, maar wie doet er iets mee? De verkopers kijken hiervoor naar de ouders, maar het is evengoed voorstelbaar dat de ouders hiervoor naar de verkopers kijken. Als de adviesfunctie van de verkopers wordt getest (met mysterycalls, waar bezorgde ouders de branche om advies vragen) komt de adviesfunctie echter ook onvoldoende uit de verf; verkopers geven desgevraagd onvoldoende en verkeerd advies. Gezien het maatschappelijk belang dat gemoeid is met het beschermen van jongeren tegen schadelijke media-inhouden, is het noodzakelijk dat verkopers een actievere rol gaan spelen bij de naleving van leeftijdsgrenzen. De zwakste schakel in beide systemen ligt bij het daadwerkelijke verkoopmoment. Winkels, winkelketens en individuele verkopers lijken onvoldoende doordrongen van de noodzaak om zich te houden aan de leeftijdsgrenzen bij de verkoop van mediaproducten. De informatievoorziening over Kijkwijzer en PEGI naar deze individuele verkopers is tevens niet adequaat. Verkopers zijn onvoldoende op de hoogte van de betekenis van de symbolen, maar ook van de wettelijke grondslag. Daarnaast werken ze voor verkooppunten die aan het belang van de Kijkwijzer- en PEGI-classificaties weinig aandacht schenken (volgens de verkopers). Ook komen ze in contact met jongeren en/of ouders die in veel gevallen ook niet goed op de hoogte zijn van de implicaties van de Kijkwijzer- en PEGI-classificaties. Gezien het huidige niveau van handhaving zal het voor velen als een schok komen wanneer een verkoper weigert een bepaalde dvd of game te verkopen aan een jongere. Verkopers geven zelf ook aan dat het winkelend publiek volgens hen niet verwacht dat ze zich actief met de leeftijdsrestricties gaan bezighouden. Daarmee hangt de effectiviteit van Kijkwijzer en PEGI te veel af van de bereidheid van individuele verkopers om de leeftijdsgrenzen serieus te nemen op de verkoopmomenten en het economisch belang te negeren. Handhaving van artikel 240a van het

Wetboek van Strafrecht speelt hierbij ook een belangrijke rol. Dit wetsartikel was echter bedoeld als een juridisch vangnet.

In het verlengde daarvan is de controle van de naleving op dit moment problematisch. In de perceptie van verkopers is er geen reële kans dat ze gecontroleerd worden op de naleving. Op die manier komt er ook geen feedback op het functioneren van de systemen in de dagelijkse praktijk. Ook de klachtenprocedure is op dit punt niet informatief: het is namelijk niet mogelijk klachten in te dienen die te maken hebben met de naleving door verkooppunten. Zelfs in extreme gevallen (bijvoorbeeld wanneer een bioscoop 5-jarige kinderen zou toelaten tot een 16 jaar-film) is het niet mogelijk hierover een klacht in te dienen.

Het Commissariaat voor de Media is belast met het metatoezicht op de kwaliteit van de NICAM-classificaties op het gebied van zowel televisie als film, video en dvd. Ten behoeve hiervan worden door het NICAM-bureau jaarlijks kwaliteitsrapportages verzorgd. In die rapportages staan de resultaten van steekproefsgewijs onderzoek naar de juistheid van Kijkwijzerclassificaties bij televisieprogramma's, televisiepromo's, video-clips, bioscoopfilms en trailers van bioscoopfilms en de vermelding van de pictogrammen bij filmadders, in omroepbladen en op teletekstpagina 282. Ook komen de resultaten van verschillende betrouwbaarheidstesten onder codeurs aan bod, evenals resultaten van onderzoeken naar onder meer de naamsbekendheid van Kijkwijzer, het gebruik van de classificaties en de mening van jongeren, ouders en andere belanghebbenden over Kijkwijzer. Ten slotte wordt een overzicht gegeven van alle zaken die hebben gediend voor de Klachtencommissie en/of de commissie van beroep. Er zijn er geen rapportages bekend die gaan over de naleving aan de kassa.

De Nederlandse overheid wil jongeren beschermen tegen en ouders informeren over schadelijke media-inhouden. Jongeren en ouders blijken daar ook behoefte aan te hebben. De audiovisuele branche wil haar maatschappelijke verantwoordelijkheid nemen en introduceert de systemen Kijkwijzer en PEGI. Op papier lijken de systemen goed te functioneren. Dit komt naar voren uit diverse evaluatieonderzoeken, maar ook uit het vragenlijstonderzoek onder verkopers (hoofdstuk 8). De branche zegt overwegend positief te zijn over de systemen en er lijkt naast de gebruikers eveneens draagvlak te bestaan onder verkopers. Maar wanneer wordt gekeken naar de dagelijkse praktijk, blijkt dat beide systemen vatbaar zijn voor enkele verbeterpunten. Het succes van systemen als Kijkwijzer en PEGI valt of staat bij het succes van de naleving. Die naleving dient plaats te vinden op het moment dat de branche en de gebruiker elkaar treffen; bij het kopen of huren van een dvd of game, bij het kopen van een kaartje in de bioscoop en bij het bekijken van een televisieprogramma. Uit onderhavig onderzoek blijkt dat het, in het geval van de verkooppunten, daar juist vaak mis gaat. Te vaak worden alle goede bedoelingen en inspanningen, geleverd vanuit de branche, teniet gedaan wanneer een jongere toch

gewoon een audiovisueel product kan kopen waarvoor hij of zij te jong is. Te vaak nog kunnen jongeren horen en zien wat ze (volgens de branche) niet zouden mogen verkrijgen.

Summary

To hear, to see and to obtain?

A study into the functioning of the self-regulation systems Kijkwijzer and PEGI (Pan European Game Information)

To inform parents about and protect children and adolescents against violent or otherwise harmful media content, a system of self-regulation was introduced in the Netherlands. This started with the foundation of the Dutch Institute for the Classification of Audiovisual Media (NICAM) in 1999. The NICAM introduced a classification system (called Kijkwijzer) consisting of age pictograms and content warning pictograms for audiovisual media productions, such as television programs and movies. The pictograms are placed on covers, packing materials, posters, and other advertising materials, and are also shown at the start of a movie or television program. Kijkwijzer was officially introduced in 2001. Two years later, the Interactive Software Federation of Europe (ISFE) introduced PEGI, a similar system specifically aimed at games. According to the NICAM, Kijkwijzer is primarily meant to inform parents and teachers about the harmfulness of audiovisual products for children below certain ages. In addition, Kijkwijzer helps the audiovisual business to comply with the Dutch Media Law and the Criminal Law, which state that children under the age of 16 must be protected against harmful media. Kijkwijzer informs about the harmfulness of media for children below a certain age (6, 12, 16 years), whereas PEGI informs about the suitability of media above a certain age (3+, 7+, 12+, 16+ and 18+). Whether a game is suitable or a dvd or movie is harmful depends on the specific content of the game or dvd/ movie.

Kijkwijzer and PEGI are both systems that are being maintained by the lines of business concerned. The lines of business consist of television broadcasting stations, cinemas, video and dvd rental companies, libraries, department stores, toy stores, cd/dvd stores and game shops. This report focuses on the effectiveness and functioning of both systems of self-regulation, with special emphasis on the degree of compliance with the age restrictions prescribed by Kijkwijzer and PEGI. Based on a literature study and document analysis, several parameters for effectiveness have been identified, which then were empirically investigated. The parameters are:

- the penetration of the systems;
- the coverage of the systems;
- the degree of maintenance (complaint system and penalties);
- the degree of compliance with the age restrictions by the lines of business;
- the degree of compliance with the age restriction by television stations;
- the execution of the advice function by the lines of business;
- the knowledge about and support for both systems within the lines of business;

- reasons to comply with the systems or not;
- potential side-effects of the Kijkwijzer and PEGI pictograms.

Penetration of Kijkwijzer and PEGI

The penetration of Kijkwijzer and PEGI refers to the number of producers, distributors and television broadcasting stations that joined the systems. Concerning Kijkwijzer, document analysis and interviews showed that a (self-reported) penetration of 95% is realized. Specifically, among television broadcasting stations (national and commercial) and cinemas the penetration is 100%. The range among record stores and video stores appeared to be 90% and 80% respectively. With Dutch mobile phone providers a new agreement has been made. Part of this agreement is the introduction of a new system mainly aiming at erotic content.

The penetration of PEGI increased considerably, after the large game consoles Microsoft (X-box), Nintendo (Nintendo and Wii) and Sony (Playstation) had joined the system. These game consoles are responsible for about 95% of all commercial sales of games. Game publishers who develop games for these game consoles are required to use the PEGI classifications. Otherwise no license is given. A current leak in the system is the internet. However, with the new initiative PEGI-online the ISFE also works on this problem. According to NICAM, 220 companies have joined PEGI in 2006.

Coverage

Coverage refers to the number of classifications placed on audiovisual products. According to representatives of NICAM, the producers and distributors who joined NICAM are responsible for about 97% of all audiovisual products in the Netherlands. In 2006, 2,317 audiovisual products were classified.

NICAM also manages the archives in which all PEGI classified games are stored. In 2006 the total number of classified games was more than 5,000.

Maintenance (complaints system and penalty)

The complaint procedure of Kijkwijzer is accessible: it only takes a relatively small effort to issue a complaint. Besides, the complaint procedure is made public in a clear way. In general, the handling of a complaint takes a week, but when an official complaint procedure is started this will take two months. There are also possibilities for an expedited procedure. The members of the complaints board and appeals committees operate inde-

pendently. Meetings can normally be attended by the public and verdicts are distributed to the General Board, to the complainant and to the defendant. The verdict is also published anonymously both on the website and in the annual reports. An important drawback of the current complaint systems is that incidents concerning the sales of audiovisual products to minors are not eligible for a complaint. Furthermore, anonymous complaints will not be considered, and it is unknown to what extent the public is aware of the complaint procedure.

If a complaint concerning Kijkwijzer is granted, the complaints board can impose one or more sanctions. If the complaints board of PEGI determines that a game requires a higher age classification, the game is withdrawn from sales until new packing materials with the correct age classification are reprinted. This implies considerable costs for a publisher and ensures that the publishers will operate carefully when classifying games. The promotion materials, too, have to be readjusted.

Degree of compliance with age restrictions by the lines of business

In one of the empirical studies, it was examined to what extent the lines of business comply with age restrictions imposed by Kijkwijzer and PEGI. The systems imply that no audiovisual products (dvd, game or cinema ticket) may be sold to children and adolescents who are too young for the Kijkwijzer or PEGI classification. In this study, mystery shoppers of 11 and 15 years made in total 528 purchase attempts for audiovisual products with the age classifications *12 years* and *16 years*. The 11-year-old mystery shoppers tried to buy or rent products with the classifications *12* and *16 years*; the 15-year-old mystery shoppers tried to buy or rent products with the age classification *16 years*. The participating adolescents were selected by teachers. Furthermore, an age-verification test involving 80 respondents confirmed the perceived age of the mysteryshoppers. Several suppliers of audiovisual products were visited, namely department stores, toy stores, cd/dvd stores, gameshops, video and dvd rental companies, libraries, and cinemas.

The visits of the mystery shoppers showed that it was quite easy for adolescents to obtain a dvd, game or cinema ticket for which they were too young. The compliance rate was only 14%; 86% of all purchase attempts proved to be successful. In cinemas, the compliance rate was 28%, followed by cd/dvd stores and video stores where an hiring attempt was conducted (both 19%), video stores where a purchase attempt was conducted (17%), game shops (10%), toy stores and libraries (both 8%), and, finally, department stores (3%). In the majority of the visits (89%), the adolescents could get the products without any intervention (no questions about the age or the ID of the adolescent). If an intervention took place (11%), adolescents sometimes could still obtain the dvd, game or cinema

ticket. Asking about the adolescents' age had a preventive effect in 34 of the 45 cases. Asking for an ID resulted in a sale in 6 of 9 cases. Of all visits, only three involved a combination of the two interventions; in all three cases, the dvd or game was eventually not sold to the adolescent. When there was no intervention (471 times), the purchase attempt was successful in the vast majority of the cases (93%).

Degree of compliance by television stations

To examine the compliance with the age classifications by television stations broadcastings, a content analysis was conducted. This study comprised all television programs (and program components) broadcast during one week (18 hours per day, the 12 large TV channels). For television, too, compliance with the rules is an essential condition for the functioning of the self-regulation system. In this case, compliance relates to *coverage* (the extent to which Kijkwijzer classifications are assigned to programs), *broadcasting time* (programs which are classified for younger age groups are not allowed to be broadcast before a certain time slot) and *characterisations of the pictograms* (size of the pictogram and screening time).

During the week of the research, Kijkwijzer was shown on television 985 times, which is 21% of the total number of programs or program components of that week (4,641). Concerning broadcasting time, this study shows that, in contradiction to the regulations, during this television week 31 (3%) program components with the age classification 12 years were broadcast before 8 PM, and that 25 (3%) program components with the age classification 16 years were broadcast before 10 PM. Remarkably enough, hardly any complaints are being issued on this matter. It is unclear what the possible cause may be.

Execution of the advice function by the lines of business

How do sale employees deal with their advice function? Do they consider Kijkwijzer and PEGI to be useful instruments? These questions were answered by means of so-called mysterycalls. Sale employees of several suppliers of audiovisual products were telephoned by research assistants. In these phone calls, the research assistants pretended to be a concerned father (75 calls by a male research assistant) or mother (74 calls by a female research assistant). The research assistants asked the sale employees for advice with regard to the age classifications on a dvd, game or cinema movie. The parents wanted to know, whether they could safely expose their children to a movie or game with age classifications that were too high for their child. Again, three conditions were included in

this study (parents asking for advice concerning an 11-year-old child and a classification *12 years*, an 11-year-old child and a classification *16 years*, and a 15-year-old child and a classification *16 years*).

The results of the mystery calls confirm the findings of the mystery shopping study. Kijkwijzer and PEGI do not appear to be very important to the sale employees when they gave their advice. Only 35% of all mystery calls ended with an advice that complied with the rules of Kijkwijzer or PEGI. Half of these negative recommendations were explicitly based on the Kijkwijzer or PEGI age classifications. In all other cases advice was given on the basis of other considerations. Sale employees were more flexible when the distance between the adolescent's age and the age classification was relatively small. When the distance became larger, sale employees tended to comply more with the Kijkwijzer or PEGI classifications. Sale employees seem to consider their own knowledge concerning the content of movies or games to be equally important as the age classifications. Furthermore, many sale employees tended to assign the responsibility for deciding whether or not it would be wise to expose children to a movie or game to the parents, even though the parents had explicitly asked them for help.

Knowledge about and support for both systems

In another study, a survey with written questionnaires was used to shed more light on the question why sale employees do not comply with the age restrictions of Kijkwijzer and PEGI. The respondents were sale employees of libraries, video and dvd rental companies, cinemas, department stores, toy shops, cd/dvd stores and game shops. In the questionnaire, respondents were asked about (a) their knowledge of the systems Kijkwijzer and PEGI, (b) their support for these systems, and (c) the reasons why they would or would not comply with the systems.

The results of this study show that the vendors had more knowledge of Kijkwijzer than of PEGI. It became clear that sale employees do not always know the meaning of the pictograms, and that it was not entirely clear to them on which products they could expect Kijkwijzer- or PEGI-classifications. Besides, the legal status of the age restrictions caused problems. Sale employees frequently did not know the legal status of the *12 years* classification. Furthermore, sale employees indicated that non-compliance with the rules would normally not be discovered. Visits of external inspectors were not to be expected. Sale employees also thought that when adolescents were refused a purchase, they would be able to buy the dvd or game in another shop. They generally estimated that the age restrictions of Kijkwijzer and PEGI were less observed in other shops. Sale employees did not think that they or the shops they worked for were responsible for the adolescents' purchases. They thought that especially

the adolescents' parents, and, to a lesser extent, the adolescents themselves, were responsible.

Reasons to comply with the systems or not

The results of the survey show that three factors may influence the sale employees' degree of compliance. The first factor is their personal acceptance of the systems. The individual perceptions of the sale employees, rather than the perceptions on the level of the store, may influence the willingness of sale employees to comply with the rules. A second important factor involves the legal basis for the age restrictions. Employees' willingness to comply increases when they know that there is a legal basis for the systems. The third factor is the perceived degree of (external) surveillance. Compliance may increase when sale employees are aware of the possibility of external monitoring activities.

In the current situation, factors like sanctions and practical concerns do not seem to be very relevant. However, when sale employees were asked directly why they would not comply with the system, they often mentioned practical barriers (for example: the prevention of conflicts with customers and the difficulty of assessing the age of children and adolescents).

Potential side-effects of the Kijkwijzer and PEGI pictograms

An experimental study was designed to investigate whether the pictograms of Kijkwijzer and PEGI would have an appealing effect on adolescents. In the experiment, 332 elementary school students and 337 high school students were exposed to 10 covers of DVDs or games. The participants were asked to judge the attractiveness of the DVDs and games. Four of the covers were shown without any pictograms, and served as fillers). The remaining six covers formed the experimental material. Participants were randomly assigned to a DVD or game condition. Then, in two age categories (9-11 years and 13-15 years) they were randomly assigned to eight groups. These groups were based on the presence of an age pictogram (no classification, all ages, 12 years and 16 years) and on the presence or absence of a combination of three warning labels (violence, sexuality and abusive language).

The results show that the pictograms of Kijkwijzer and PEGI are not appealing to adolescents. Still, the adolescents seem to pay some attention to the pictograms. The appreciation of the elementary school students was influenced negatively by the warning labels, and the high school students preferred DVDs and games with the classification *12 years* above DVDs and games for *all ages*.

Conclusions

Self-regulation comprises several activities. *Normative guidelines, implementation* (setting up and application) and *enforcement* may be distinguished (Dorbeck-Jung, Oude Vrielink & Reussing; 2006). The lines of business concerned seem to focus especially on the normative guidelines, and less (or not at all) on implementation and enforcement. This report shows that sale employees do not take the age classifications very seriously. It is quite easy for adolescents to obtain a dvd, game or cinema ticket for which they are too young. The attitude of sale employees towards the systems Kijkwijzer and PEGI seems to be crucial. At present, sale employees do not consider the systems as a regulations, but as some kind of information and/or recommendations for parents. This lack of engagement means an indifferent attitude with respect to the age classifications, which does not contribute to the protection of adolescents against harmful media content. The information on the harmfulness of a movie or a game is available, but the question is whether this information is (sufficiently) used. When testing the advice function of sale employees (with mystery calls), it can be seen that sale employees give insufficient and wrong advice. Given the social importance involved in protecting children and adolescents against harmful media content, it is necessary that sale employees will play a more active role in the future.

The weakest link in both systems involves the actual purchase moment. Stores and individual sale employees do not seem to be aware of the necessity to comply with the regulations. Individual sale employees are not adequately informed about Kijkwijzer and PEGI. They do not have sufficient knowledge about the meaning of all pictograms and the legal basis of both systems. Moreover, their shops pay very little attention to Kijkwijzer and PEGI. Sale employees also perceive adolescents and/or parents to be not well informed about the implications of the systems as well. Given the current level of enforcement, not selling a dvd or game to someone who is too young will appear strange. Vendors indicate that they do not believe that the public expects them to actively comply with Kijkwijzer and PEGI. Given these considerations, the effectiveness of both systems relies on the willingness of individual sale employees to take the age limits seriously, in spite of the economic benefits of selling the audio-visual product.

Further, the external control mechanisms to monitor compliance are problematic at this moment. In the perception of sale employees, there is no real chance that someone will check whether or not they comply with the age restrictions. As a result, no feedback will emerge on the actual functioning of Kijkwijzer and PEGI. The complaint procedure is not informative in this respect as well: it is simply not possible to issue a complaint about compliance.

To conclude, studies on the quality of Kijkwijzer (and PEGI) are being conducted by NICAM. In those studies, results are reported on the correctness of the age classifications of television programs, promos, music videos, cinema movies and movie trailers. Reliability tests among coders are also reported, as well as results of studies into the reputation of Kijkwijzer, the use of the classifications by the public and the opinion of adolescent, parents and other parties concerning Kijkwijzer. Finally, an overview is given of all the complaints that were brought to the complaints board. However, no reports are available that pay attention to the compliance with the age restrictions by cinemas, video and dvd rental companies, libraries, department stores, toy stores, cd/dvd stores and game shops.

Literatuur

- Anderson, C.A., & Bushman, B.J. (2001). Effects of violent video games on aggressive behavior, aggressive cognition, aggressive affect, physiological arousal, and prosocial behavior: A meta-analytic review of the scientific literature. *Psychological Science*, 12, 353-359.
- Baarsma, B., Koopmans, C., Mulder, J., De Nooij, M., & Zijdeveld, C. (2003). *Goed(koop) geregeld: Een kosten-baten analyse van wetgeving en zelfregulering*. Amsterdam: SEO University of Amsterdam.
- Balkenende, J.P. (1992). Zelfregulering vereist juridische omslag. *Openbaar Bestuur*, 8(7).
- Black, J. (2002). *Critical Reflection on Regulation*. Londen: The London School of Economics and Political Science.
- Boek, J.L.M., & Visser, R.A. (2005). *Handhaven: eerst kiezen dan doen*. Den Haag: Ministerie van Justitie, Expertisecentrum Rechtshandhaving.
- Braithwaite, J. (1993). Responsive Business Regulatory Institutions. In C. Cody & C. Sampford (red.), *Business, Ethics and Law*. Sydney: Federation Press.
- Burg, J. van der, & Heuvel, J.H.J. van den (1991). Van overheids censuur naar zelfregulering: Film en overheidsbeleid ter bescherming van de jeugd. *Bestuurswetenschappen*, 4, 289-300.
- Bushman, B.J., & Stack, A.D. (1996). Forbidden Fruit Versus Tainted Fruit: Effects of Warning Labels on Attraction to Television Violence. *Journal of Experimental Psychology*, 2(3), 207-226.
- Bushman, B.J., & Cantor, J. (2003). Media Ratings for Violence and Sex: Implications for Policymakers and Parents. *American Psychologist*, 58(2), 130-141.
- Bushman (2006). Effects of Warning and Information Labels on Attraction to Television Violence in Viewers of Different Ages. *Journal of Applied Social Psychology*, 36(9), 2073-2078.
- Commissie Jeugd, Media en Geweld (2005). *Wijzer kijken: Schadelijkheid, geschiktheid en kennisbevordering bij het gebruik van audiovisuele producten door jeugdigen*. Den Haag: Ministerie van OCW.
- Commissariaat voor de Media (2002). *Programmavoorschriften van de publieke, landelijke omroep 2001*. Hilversum: Commissariaat voor de Media.
- Coumans, A.M., & Knibbe, R.A. (2005). *(Schijn)aankoopogingen van tabak en alcohol als onderzoeksmethode ter bepaling naleving wetten op verstrekking van alcohol en tabak: Literatuurstudie*.
- Cummings, K.M., Saunders-Martin, T., Clarke, H., & Perla, J. (1996). Monitoring vendor compliance with tobacco sales laws: payment vs. no payment approaches. *American Journal of Public Health*, 86, 750-751.
- Denzin, N.K., & Erikson, K. (1982). *On the ethics of disguised observation: an exchange*. New York: Holmes and Meier Publishers.

- Dorbeck-Jung, B., Oude Vrieling-van Heffen, M., & Reussing, G.H. (2005). *Open normen en regeldruk: Een onderzoek naar de kosten en oorzaken van irritaties bij open normen en de kwaliteitszorg*. Enschede: Universiteit Twente.
- Dorbeck-Jung, B., & Oude Vrieling-van Heffen, M. (2006). *Op weg naar bruikbare regulering?* Den Haag: Reed Business Information.
- Dorbeck-Jung, B., & Van Amerom, M. (2007). *The hardness of soft law in United Kingdom regulatory activities related to nanotechnological development*. Paper submitted to the Tilburg Symposium on the State Legislature and Non-State Law.
- Driel, M. van (1989). *Zelfregulering, hoog opspelen of thuisblijven*. Deventer: Kluwer.
- Earles, K.A., Alexander, R., Johnson, M., Liverpool, J., & McGhee, M. (2002). Media influences on children and adolescents: Violence and sex. *Journal of the National Medical Association*, 94, 797-801.
- Eijlander, Ph., Gilhuis, P.C., Peeters, J.A.F., & Coppens, I. (1994). Overheid en zelfregulering: Alibi voor vrijblijvendheid of prikkel tot actie? *Rechtskundig weekblad*, 58(5), 167.
- Geelhoed, L.A. (1993). Deregulering en mededinging: Het Europese integratieproces en het coördinatievraagstuk. *Overdruk*, Ministerie van Economische Zaken, 9304, 173-184.
- Gosselt, J.F., Hoof, J.J. van, Jong, M.D.T. de, & Prinsen, S. (2007). Mystery shopping and alcohol sales: Do supermarkets and liquor stores sell alcohol to underage customers? *Journal of Adolescent Health*, 41(3), 302-308.
- Gunningham, N., & Grabovsky, P. (1998). *Smart regulation: Designing Environmental Policy*. New York: Oxford University Press.
- Havinga, T. (2004). Private regulering voedselveiligheid: De supermarkt als regelgever en handhaver. In H. Weyers & J. Stamhuis (red.), *Zelfregulering* (speciale uitgave Recht der Werkelijkheid, pp. 189-212). 's-Gravenhage: Reed Business Information.
- Hodges, L.W. (1988). Undercover, masquerading, surreptitious taping. *Journal of Mass Media Ethics*, 3(2), 26-36.
- Hong, S.M., & Page, S. (1989). A psychological reactance scale: Development, factor structure and reliability. *Psychological Reports*, 64, 1323-1326.
- Huesmann, L.R. (2007). The impact of electronic media violence: Scientific theory and research. *Journal of Adolescent Health*, 41, 6-13.
- Intomart (2002). *Eindrapport onderzoek zelfregulering audiovisuele producten*. Hilversum: Intomart.
- Intomart (2008). *Gebruik Kijkwijzer toegenomen*. Hilversum: Intomart.
- Jorgensen, D.L. (1989). *Participant Observation: A Methodology for Human Studies*. Newbury Park, CA: Sage.

- Kagan, R.A., & Scholz, J.T. (1984). *The 'Criminology of the Corporation' and Regulatory Enforcement Strategies*. In K. Hawkins & J.M. Thomas (red.), *Enforcing Regulation* (pp. 67-96). Boston/Den Haag/Lancaster: Kluwer-Nijhoff Publishing.
- Kneppers, M. (2005). *Voedingsmarketing & kinderen: De beoordeling van de effectiviteit van regelgeving en de houding van de voedingsbranche*. Amsterdam: Onderzoek in opdracht van de Hartstichting.
- Konijn, E.A., Nije Bijvank, M., & Bushman, B.J. (2007). I Wish I Were a Warrior: The Role of Wishful Identification in the Effects of Violent Video Games on Aggression in Adolescent Boys. *Developmental psychology*, 43(4), 1039-1043.
- Kunczik, M., & Zipfel, A. (2004). Buchbesprechungen: Ein Studienhandbuch. *Publizistik*, 49(1), p. 91.
- Livingstone, S., & Bovill, M. (2002). Children and Their Changing Media Environment: A European Comparative Study. *Adolescence*, 37(147), 654.
- Ministeries van Justitie, BZK, EZ, OC&W, SZ&W en V&W (2005). *Actieplan tegen geweld*. Den Haag: TK 2005-2006, 26 684 nr. 65.
- Market Research Society (1992). *MRS Code of Conduct*.
- NICAM (2001). *Classificatiesysteem voor audiovisuele producties. Handleiding en verantwoording*. Intern document. Hilversum, NICAM.
- NICAM (2003). *Computerspellen in het gezin*. Hilversum: NICAM.
- NICAM (2004). *Jaarverslag 2003*. Hilversum: NICAM.
- NICAM (2004). *Algemeen Reglement*. Hilversum: NICAM.
- NICAM (2005). *Jaarverslag 2004*. Hilversum: NICAM.
- NICAM (2006). *Jaarverslag 2005*. Hilversum: NICAM.
- NICAM (2006). *Akte van statutenwijziging Stichting NICAM*. Zenderen: CMS Derks Star Busmann, NICAM.
- NICAM (2006). *Algemeen Reglement*. Hilversum: NICAM.
- NICAM (2006). *Deelreglement Televisie*. Hilversum: NICAM.
- NICAM (2006). *Deelreglement Filmwerk*. Hilversum: NICAM.
- NICAM (2006). *Deelreglement Dvd/Videofilm*. Hilversum: NICAM.
- NICAM (2006). *Klachtenreglement*. Hilversum: NICAM.
- NICAM (2006). *Sanctierichtlijn Klachtencommissie*. Hilversum: NICAM.
- NICAM (2007). *Jaarverslag 2006*. Hilversum: NICAM.
- Nota Zicht op wetgeving*. (1991) Den Haag: Ministerie van Justitie.
- Paik, H., & Comstock, G. (1994). The effects of television violence on antisocial behavior: A meta-analysis. *Communication Research*, 21, 516-546.
- Pierre, J., & Peters, B.G. (2000). *Governance, Politics and the State*. Houndsmills: Macmillan Press.
- Rooij, T. van, & Eijnden, R. van den (2007). *Monitor Internet en Jongeren 2006 en 2007*. Rotterdam: IVO.
- Senden, L. (2005). Soft law, self-regulation and co-regulation in European Law. *Electronic Journal of Comparative Law*, 9(1).

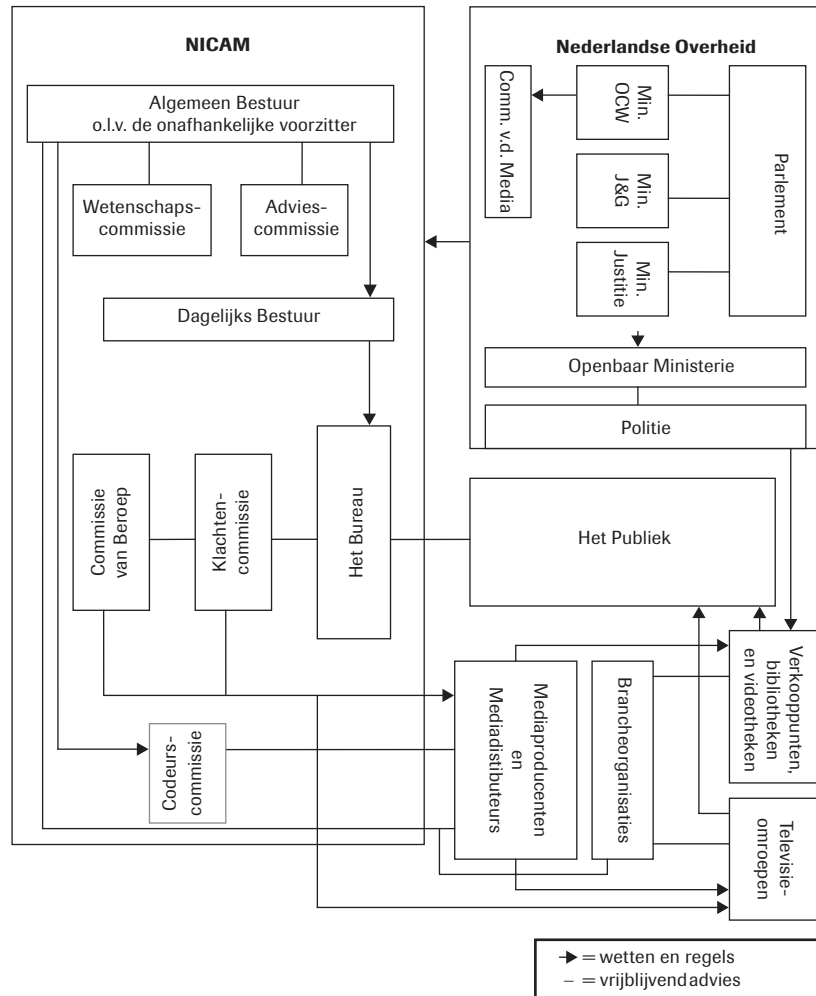
- Stamhuis, J. (2004). Zelfregulering in een bottom-up perspectief en de bedrijfscode van Shell. In H. Weyers & J. Stamhuis (red.), *Zelfregulering* (speciale uitgave Recht der Werkelijkheid, pp. 5-44). 's-Gravenhage: Reed Business Information.
- Trubeck, D.M., Cottrell, P., & Nance, M. (2006). Soft law, hard Law and EU integration. In G. De Burca & J. Scott (red.), *Law and new governance in the EU and the US* (pp. 65-94). Oxford: Hart Publishing.
- TNS NIPO (2008). *Nationaal Gaming Onderzoek 2008*. Amsterdam: TNS NIPO.
- Vroom, B. de (1989). Zelfregulering. In W. Derksen, Th.G. Drupsteen & W.J. Witteveen (red.), *De terugtred van regelgevers: meer regels, minder sturing?* Zwolle: Tjeenk Willink.
- Willner, P., Hart, K., Binnmore, J., Cavendish, M., & Dunphy, E. (2000). Alcohol sales to underage adolescents: An unobtrusive observational field study and evaluation of a police intervention. *Addiction*, 95(9), 1373-1388.
- Wilson, A.M. (1998). The use of mystery shopping in the measurement of service delivery. *Service Industries Journal*, 18(3), 414-163.

Websites

www.film distributeurs.nl
www.isfe-eu.org
www.kijkonderzoek.nl
www.kijkwijzer.nl
www.nvbinfo centrum.nl
www.nvdo.org
www.nvgd.nl
www.nvpi.nl
www.nos.nl
www.pegi.info
www.vestra.nl
www.vsc.eu
www.weetwatzegamen.nl

Bijlage 1

Schematische weergave van het beleidsveld rondom Kijkwijzer



Toelichting op het stroomschema

In het schema is de institutionele inbedding van Kijkwijzer schematisch weergegeven. De posities van de verschillende actoren worden inzichtelijk gemaakt. Pijlen geven de richting van wetten en regels weer. Daar waar een pijl begint, ligt de verantwoordelijkheid voor de wetten en regels. Daar waar de pijl eindigt, worden de wetten en regels uitgevoerd. Een lijn zonder richting duidt op wederzijds overleg voor een nadere bepaling van strategie en verantwoordelijkheden.

De overheid

In het Nederlandse staatsbestel vormen het parlement en de regering de wetgevende macht. De regering vormt tevens de uitvoerende macht. De minister van Justitie is in de relatie tot Kijkwijzer verantwoordelijk voor de handhaving van artikel 240 WvSr. De programmaminister voor Jeugd en Gezin is verantwoordelijk voor het welzijn van jeugdigen. De minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap is verantwoordelijk voor de televisie- en radio-omroepen. Het Commissariaat voor de Media houdt in opdracht van OCW structureel toezicht op de wijze waarop het NICAM en Kijkwijzer functioneren en rapporteert daar jaarlijks over. Er is een convenant hierover tussen het Commissariaat en het NICAM gesloten. In het kader van dit convenant voert het NICAM sinds 2004 onder supervisie van het Commissariaat structureel kwaliteitscontroles uit op de toepassing van de Kijkwijzer en de daarbij horende reglementen.

Het NICAM

De stichting NICAM is – in nauwe samenwerking met de ministeries van OCW, VWS en Justitie – opgericht door vertegenwoordigers van de audiovisuele branche. Het Algemeen Bestuur wordt geleid door een onafhankelijke voorzitter en bestaat verder uit vertegenwoordigers van de publieke en commerciële televisiezenders, film distributeurs en bioscoopexploitanten, dvd- en videodistributeurs, gamedistributeurs en videotheken en detailhandel. Het Dagelijks Bestuur is samengesteld uit vier leden van het Algemeen Besuur. De dagelijkse werkzaamheden worden uitgevoerd door het bureau van het NICAM, dat naast de directeur bestaat uit een aantal medewerkers.

De stichting heeft zichzelf als doel gesteld: ‘het bevorderen dat audiovisuele producten door de audiovisuele branche zelf door middel van classificeren worden voorzien van informatie over hun mogelijke schadelijkheid voor jeugdigen, alsmede het verrichten van alle verdere handelingen die met het vorenstaande in de ruimste zin verband houden of daartoe bevorderlijk kunnen zijn’ (art. 3.1 NICAM-statuten). Bij de verwezenlijking van deze doelstelling wordt de NICAM-organisatie bijgestaan door drie commissies met een adviserende taak: de Wetenschapscommissie, de Codeurcommissie en de Adviescommissie.

In de Wetenschapscommissie zitten deskundigen op het terrein van communicatiewetenschap, media en jeugd. Zij staan aan de wieg van het voor Kijkwijzer ontwikkelde classificatiesysteem. Een paar honderd codeurs vormen de spil van het classificeren van audiovisuele media. Hoewel zij uitgebreid getraind zijn door het NICAM kan het voorkomen dat ze een keer twijfelen over de juiste classificatie van een audiovisueel product. In dat geval kunnen ze advies inwinnen bij de Codeurcommissie. Deze commissie bestaat uit een poule van zes codeurs.

De Adviescommissie ten slotte functioneert voor het NICAM als klankbord bij de uitvoering van Kijkwijzer en het voorgenomen beleid. De

leden van de Adviescommissie zijn deskundigen op het terrein van media, jeugd, onderwijs en welzijn, vertegenwoordigers van ouderorganisaties en overige maatschappelijke organisaties.

Wanneer het classificatiesysteem eenmaal is ontwikkeld, zijn het de codeurs van de mediaproductenten en mediadistributeurs die de classificatie aanbrengen, eventueel bijgestaan door de Codeurcommissie. De geclassificeerde producten worden vervolgens 'overgedragen' aan de verkooppunten. De verkooppunten zijn verantwoordelijk voor het feit dat jongeren bij aankoop geen schadelijk product wordt aangeboden. Het publiek is vervolgens de eindgebruiker van het classificatiesysteem Kijkwijzer. Op de meeste verkooppunten en voor nagenoeg alle televisieprogramma's worden sinds de lancering van Kijkwijzer de pictogrammen getoond met de leeftijds- en inhoudclassificeringen. Ook worden sommige televisieprogramma's pas na een bepaald tijdstip uitgezonden. Toch kan het zijn dat sommige regels nog niet als voldoende nageleefd worden ervaren. In zo'n geval kan 'eenieder die meent dat één of meerdere artikelen in de NICAM statuten, en/of reglementen is overtreden een klacht indienen' bij de Klachtencommissie van het NICAM (artikel 1 NICAM Klachtenreglement). Alle klachten worden bij binnenkomst beoordeeld door het NICAM-bureau. Tegen elke uitspraak van het NICAM kan in beroep worden gegaan. Een afhandeling door het bureau kan vervolgens alsnog voorgelegd worden aan de Klachtencommissie. En een uitspraak van de Klachtencommissie kan alsnog voorgelegd worden aan de Commissie van Beroep binnen het NICAM. De uitspraken van de Klachtencommissie en de Commissie van Beroep richten zich op de aangeslotenen, dat zijn de mediaproductenten, mediadistributeurs en televisieomroepen.

Het publiek

Van het publiek wordt een kritische houding verwacht. Zij zijn het voornaamste instrument om toe te zien op de naleving van de regels die door het NICAM zijn opgesteld. Zij komen in aanraking met de regels bij de verkooppunten, televisie en mobiele telefonie.

Bijlage 2

Relevante internationale wetgeving

Internationaal Verdrag inzake de rechten van het kind

Artikel 3.2. De Staten die partij zijn, verbinden zich ertoe het kind te verzekeren van de bescherming en de zorg die nodig zijn voor zijn of haar welzijn, rekening houdend met de rechten en plichten van zijn of haar ouders, wettige voogden of anderen die wettelijk verantwoordelijk voor het kind zijn, en nemen hiertoe alle passende wettelijke en bestuurlijke maatregelen.

Artikel 13.1. Het kind heeft het recht op vrijheid van meningsuiting; dit recht omvat mede de vrijheid inlichtingen en denkbeelden van welke aard ook te vergaren, te ontvangen en door te geven, ongeacht landsgrenzen, hetzij mondeling, hetzij in geschreven of gedrukte vorm, in de vorm van kunst, of met behulp van andere media naar zijn of haar keuze.

Artikel 13.2. De uitoefening van dit recht kan aan bepaalde beperkingen worden gebonden, doch alleen aan de beperkingen die bij de wet zijn voorzien en die nodig zijn:

- (a) voor de eerbiediging van de rechten of de goede naam van anderen; of
- (b) ter bescherming van de nationale veiligheid of van de openbare orde, de volksgezondheid of de goede zeden.

Artikel 17. De Staten die partij zijn, erkennen de belangrijke functie van de massamedia en waarborgen dat het kind toegang heeft tot informatie en materiaal uit een verscheidenheid van nationale en internationale bronnen, in het bijzonder informatie en materiaal gericht op het bevorderen van zijn of haar sociale, psychische en morele welzijn en zijn of haar lichamelijke en geestelijke gezondheid. Hiertoe dienen de Staten die partij zijn:

- (d) de massamedia aan te moedigen in het bijzonder rekening te houden met de behoeften op het gebied van de taal van het kind dat tot een minderheid of tot de oorspronkelijke bevolking hoort;

EU-richtlijn 'Audiovisuele Mediadiensten'

Overwegende dat grensoverschrijdende omroepuitzendingen met behulp van diverse technologieën één van de middelen vormen om de doelstellingen van de Gemeenschap te verwezenlijken en dat maatregelen dienen te worden genomen om de overgang van de nationale markten naar een gemeenschappelijke markt voor de productie en distributie van programma's te waarborgen en om eerlijke concurrentieverhoudingen te scheppen zonder daarbij afbreuk te doen aan de functie die de televisieomroeporganisaties in het algemeen belang te vervullen hebben;

Artikel 2 bis. lid 1. De lidstaten waarborgen de vrijheid van ontvangst en belemmeren niet de dooruitgifte op hun grondgebied van televisie-

uitzendingen uit andere lidstaten om redenen die binnen de door deze richtlijn gecoördineerde gebieden vallen.

Artikel 3. Het staat de lidstaten vrij, van de onder hun bevoegdheid vallende televisieomroeporganisaties naleving van strengere of meer gedetailleerde voorschriften te eisen op de gebieden die onder deze richtlijn vallen.

Artikel 22 lid 1. De Lidstaten nemen passende maatregelen om ervoor te zorgen dat in de televisie-uitzendingen van de onder hun bevoegdheid vallende televisieomroeporganisaties geen programma's voorkomen die de lichamelijke, geestelijke of zedelijke ontwikkeling van minderjarigen ernstig zouden kunnen aantasten, in het bijzonder programma's met pornografische scènes of met nodeloos geweld.

Lid 2. De in lid 1 bedoelde maatregelen gelden eveneens voor programma's waarop het voorgaande niet van toepassing is, doch die toch schade kunnen toebrengen aan de fysieke, mentale of zedelijke ontwikkeling van minderjarigen, tenzij door de keuze van het tijdstip van uitzending of door technische maatregelen gewaarborgd wordt dat minderjarigen in het zendgebied de uitzendingen normaliter niet kunnen zien of beluisteren.

Lid 3. Indien dergelijke programma's ongecodeerd worden uitgezonden, zorgen de lidstaten er bovendien voor dat zij worden voorafgegaan door een akoestische waarschuwing of dat zij gedurende de gehele uitzending herkenbaar zijn aan een visueel symbool.

Bijlage 3

Relevante nationale wetgeving

Wetboek van Strafrecht

Artikel 240a. Met gevangenisstraf van ten hoogste een jaar of geldboete van de vierde categorie wordt gestraft hij die een afbeelding, een voorwerp of een gegevensdrager, bevattende een afbeelding waarvan de vertoning schadelijk is te achten voor personen beneden de leeftijd van zestien jaar, verstrekt, aanbiedt of vertoont aan een minderjarige van wie hij weet of redelijkerwijs moet vermoeden, dat deze jonger is dan zestien jaar.

Mediawet

Artikel 52.d.1. Het televisieprogramma van een instelling die zendtijd heeft verkregen bevat geen programma-onderdelen die de lichamelijke, geestelijke of zedelijke ontwikkeling van personen jonger dan zestien jaar ernstige schade zouden kunnen toebrengen.

Artikel 52.d.2. Het televisieprogramma van een instelling die zendtijd heeft verkregen mag slechts programma-onderdelen bevatten die schade kunnen toebrengen aan de lichamelijke, geestelijke of zedelijke ontwikkeling van personen jonger dan zestien jaar, indien die instelling is aangesloten bij een door Onze Minister erkende organisatie als bedoeld in artikel 53, eerste lid, en ter zake gebonden is aan de regels en het toezicht daarop van die erkende organisatie met betrekking tot het uitzenden van de hiervoor bedoelde programma-onderdelen. De instelling die zendtijd heeft verkregen en die is aangesloten toont dit aan door middel van een aan het Commissariaat voor de Media over te leggen schriftelijke verklaring van de erkende organisatie.

Artikel 53 lid 1. Onze Minister kan een organisatie erkennen die voorziet in regelingen omtrent classificatie en het uitzenden van programma-onderdelen als bedoeld in artikel 52d, tweede lid, en het toezicht daarop. De regelingen hebben in ieder geval betrekking op:

- a. criteria voor de classificatie van programma-onderdelen, waaronder in ieder geval de mate waarin:
 1. angst wordt opgewekt;
 2. brutaliserend geweld wordt vertoond of gerechtvaardigd;
 3. het gebruik van drugs aantrekkelijk wordt voorgesteld of vergoelikt;
 4. sprake is van pornografie;
 5. op andere gronden volgens algemeen geldende opvattingen producten niet geschikt zijn voor vertoning aan bepaalde categorieën personen jonger dan zestien jaar;
- b. de uitzendtijdstippen van de hiervoor bedoelde programma-onderdelen;
- c. de wijze waarop de uitzending van deze programma-onderdelen wordt voorafgegaan door of is voorzien van symbolen of waarschuwingen.

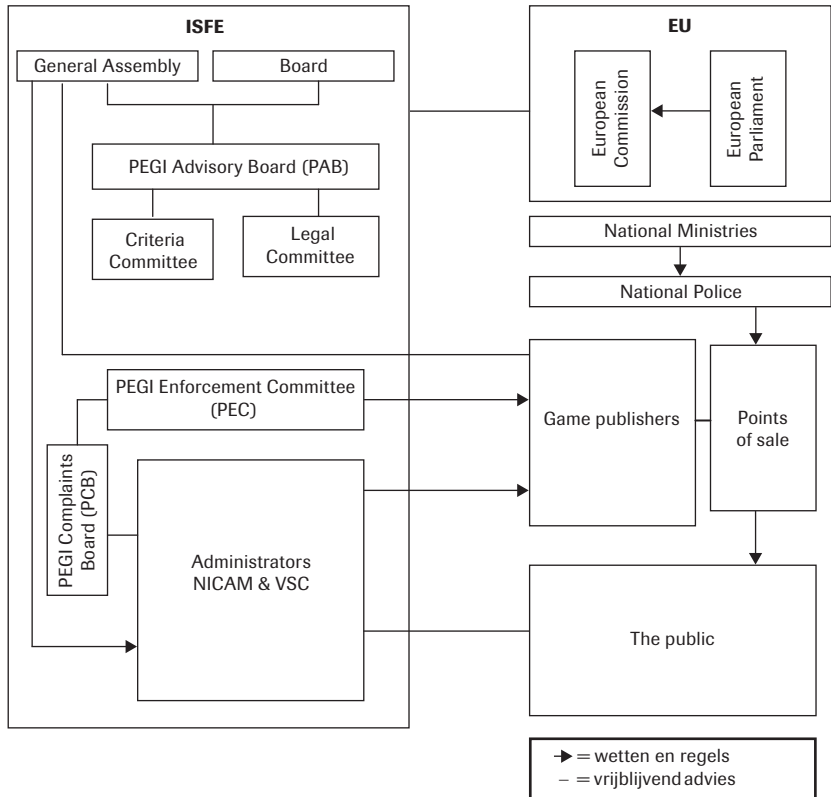
Artikel 53 lid 3. Een organisatie komt slechts voor erkenning in aanmerking indien:

- a. onafhankelijk toezicht door de organisatie op de naleving van de regelingen, bedoeld in het eerste lid, is gewaarborgd;
- b. voorzien is in voldoende betrokkenheid van belanghebbenden, waaronder in ieder geval vertegenwoordigers uit de consumentensfeer, instellingen die zendtijd hebben verkregen;
- c. de financiële positie van de organisatie een adequate uitvoering van de werkzaamheden waarborgt.

Artikel 53 lid 4. Bij of krachtens algemene maatregel van bestuur kunnen nadere regels worden gesteld met betrekking tot de eisen bedoeld in het derde lid en kunnen andere eisen ten aanzien van de erkenning worden gesteld.

Bijlage 4

Schematische weergave van het beleidsveld rondom PEGI



Toelichting op het stroomschema

In dit stroomschema is de institutionele inbedding van PEGI schematisch weergegeven. Net als in het stroomschema van Kijkwijzer worden de posities van de verschillende actoren inzichtelijk gemaakt. Ook hier geven de pijlen de richting van wetten en regels weer. Daar waar een pijl begint, ligt de verantwoordelijkheid voor de wetten en regels. Daar waar de pijl eindigt, worden de wetten en regels bewerkstelligd. Een lijn zonder richting duidt op wederzijds overleg voor een nadere bepaling van strategie en verantwoordelijkheden.

De EU

De Europese Commissie is erop gericht om de classificatie binnen Europa te harmoniseren. Hiervoor heeft zij de ISFE (Interactive Software Federation Europe) benaderd.

De ISFE

De ISFE is de Europese brancheorganisatie voor producenten en distributeurs van interactieve software, oftewel games. In eerste instantie, vóór de ontwikkeling van PEGI, behartigde de ISFE slechts de belangen van de branche binnen de EU. Inmiddels heeft zij de verantwoordelijkheid op zich genomen om ervoor zorg te dragen dat het publiek wordt geïnformeerd over de inhoud van interactieve softwareproducties.

Het bestuur van de ISFE bewerkstelligt de regels die door de General Assembly worden goedgekeurd. Voor de ontwikkeling van het PEGI-systeem hebben zij verschillende besturen en commissies in het leven geroepen. De belangrijkste hiervan is de Advisory Board. Hierin nemen belangenbehartigers zitting zoals ouders, consumentenorganisaties, kinderpsychologen, academici, media-experts en vertegenwoordigers uit de branche. Zij bepalen samen de algehele strategie van PEGI en bewaken wat er in de PEGI Code of Conduct is beschreven en bedoeld. Om de betrouwbaarheid van het PEGI-systeem te waarborgen is door de ISFE de Criteria Committee aangesteld. Deze commissie is belast met de beoordeling van het classificatieformulier dat wordt gebruikt door de codeurs om tot een bepaalde classificatie te komen. Zij optimaliseren deze continu. Ook is er een Legal Committee aangesteld. Deze commissie houdt specifiek in de gaten of zich veranderingen in de regels en wetten binnen de EU en de aangesloten landen voordoen en of het PEGI-systeem daar nog voldoende op aansluit. Ten slotte is er een Enforcement Committee door de ISFE aangesteld. Deze commissie is belast met de controle en bevordering van de invoering en toepassing van PEGI in de branche.

Voor de toepassing van het PEGI-classificatiesysteem worden, met behulp van de administrateurs (het NICAM en de VSC) en de brancheorganisaties, de pictogrammen van het PEGI-systeem aan de verschillende producties toegekend. Bij PEGI worden bijna alle producties door de Codeurcommissies van de administrateurs uitgevoerd, behalve die met de classificatie tot 12 jaar. Dit is in tegenstelling tot Kijkwijzer, waar de Codeurcommissie in alle leeftijdscategorieën slechts als een back-up fungeert bij twijfel van de codeurs van de mediaproductent zelf. Wanneer door de administrateur een classificatie is toegekend, brengt de producent of distributeur van de software deze zichtbaar aan op het product en draagt deze dan over aan de verkooppunten. De verkooppunten zijn er vervolgens voor verantwoordelijk dat jongeren geen schadelijke producten aanschaffen.

Wanneer het publiek en/of de producenten van mening zijn dat op enigerlei wijze de classificatie van een bepaald product onjuist is, kan er een klacht ingediend worden bij de Complaints Board. Deze commissie bepaalt in samenspraak met de Enforcement Committee wat de juiste sanctienering daaraan ten gevolge is.

Het publiek

Ook bij PEGI wordt een kritische opstelling van het publiek verwacht. Wanneer een bepaalde classificatie onverhoopt toch als onjuist wordt ervaren of wanneer er überhaupt geen classificatie beschikbaar is, kan eenieder die zich hiertoe geroepen voelt een klacht indienen bij de Complaints Board van de PEGI.

Bijlage 5

Sanctierichtlijn

Boete Landelijk:

I	Zeer ernstige overtreding	€ 135.000 – € 225.000	€ 80.000 – € 135.000	€ 20.000 – € 35.000
II	Ernstige overtreding	€ 35.000 – € 135.000	€ 20.000 – € 80.000	€ 6.000 – € 20.000
III	Lichte overtreding	€ 0 – € 35.000	€ 0 – € 20.000	€ 0 – € 6.000

2.4 De plaatsing van een overtreding in een boetecategorie is afhankelijk van de aard, ernst en voorzover relevant de duur van de overtreding. Aan de hand van boeteverhogende en boeteverlagende omstandigheden wordt vervolgens de hoogte van de boete vastgesteld. De vaststelling van de boetecategorie laat de mogelijkheid onverlet dat door toepassing van artikel 2.14 en/of de aanwezigheid van boeteverhogende en boeteverlagende factoren buiten de berekeningsmethodiek en/of de bandbreedte van de desbetreffende boetecategorie wordt getreden.

2.5 Als de overtreder een publieke regionale omroepinstelling is of een commerciële omroepinstelling met een bereik van tussen de 25.000 en 500.000 huishoudens, worden de volgende bandbreedtes in acht genomen.

Boete Regionaal:

I	Zeer ernstige overtreding	€ 27.000 – € 45.000	€ 16.000 – € 27.000	€ 4.000 – € 7.000
II	Ernstige overtreding	€ 7.000 – € 27.000	€ 4.000 – € 16.000	€ 1.200 – € 4.000
III	Lichte overtreding	€ 0 – € 7.000	€ 0 – € 4.000	€ 0 – € 1.200

2.6 Als de overtreder een publieke lokale omroepinstelling is of een commerciële omroepinstelling met een bereik van minder dan 25.000 huishoudens, worden de volgende bandbreedtes in acht genomen.

Boete Lokaal:

I	Zeer ernstige overtreding	€ 6.750 – € 11.250	€ 4.000 – € 6.750	€ 1.000 – € 1.750
II	Ernstige overtreding	€ 1.750 – € 6.750	€ 1.000 – € 4.000	€ 300 – € 1.000
III	Lichte overtreding	€ 0 – € 1.750	€ 0 – € 1.000	€ 0 – € 300

2.7 Een zeer ernstige overtreding is een overtreding waarbij sprake is van een of meer van de volgende omstandigheden:

- een omroepinstelling heeft de beginselen van non-commercialiteit, bijvoorbeeld het dienstbaarheidsverbod, en onafhankelijkheid in aanzienlijke mate geschonden;
- een publieke omroepinstelling heeft het beginsel van rechtmatige besteding van middelen of het beginsel van transparantie in de financiële verantwoording in aanzienlijke mate geschonden;
- geboden die zijn te converteren in percentages zijn voor slechts 1/2 of minder behaald;
- verboden die zijn te converteren in percentages zijn met meer dan 2/10 overschreden;
- de overtreding is structureel van aard;
- een programmaonderdeel geheel of gedeeltelijk bestaande uit nieuws, actualiteiten of politieke informatie is gesponsord;
- de overtreding beslaat meer dan 10% van de duur van het programma(onderdeel);
- sluikreclame met zeer grote nadruk;
- andere omstandigheden die de overtreding naar oordeel van het Commissariaat zeer ernstig maken;
- het in zeer ernstige mate niet naleven van de medewerkings- en inlichtingenplicht;
- een herhaalboete van een (zeer) ernstige overtreding.

2.8 Een ernstige overtreding is een overtreding waarbij sprake is van een of meer van de volgende omstandigheden:

- een publieke omroep heeft de beginselen van non-commercialiteit, bijvoorbeeld het dienstbaarheidsverbod, en onafhankelijkheid in meer dan beperkte mate geschonden;
- een publieke omroepinstelling heeft het beginsel van rechtmatige besteding van middelen of het beginsel van transparantie in de financiële verantwoording in meer dan beperkte mate geschonden;
- geboden die zijn te converteren in percentages zijn voor meer dan 1/2 maar minder dan 4/5 behaald;
- verboden die zijn te converteren in percentages zijn met een percentage tussen de 1/20 en 2/10 overschreden;
- overtredingen die de toegang tot de kabel betreffen;
- sluikreclame met grote nadruk;
- andere omstandigheden die de overtreding naar oordeel van het Commissariaat ernstig maken;
- het in ernstige mate niet naleven van de medewerkings- en inlichtingenplicht;
- een herhaalboete van een lichte overtreding.

2.9 Een lichte overtreding is een overtreding waarbij sprake is van een of meer van de volgende omstandigheden:

- een publieke omroep heeft de beginselen van non-commercialiteit, bijvoorbeeld het dienstbaarheidsverbod, en onafhankelijkheid in beperkte mate geschonden;
- een publieke omroepinstelling heeft het beginsel van rechtmatige besteding van middelen of het beginsel van transparantie in de financiële verantwoording in beperkte mate geschonden;
- geboden die zijn te converteren in percentages zijn niet geheel, doch voor minstens 4/5 behaald;
- verboden die zijn te converteren in percentages zijn overschreden, doch met minder dan 1/20;
- sluikreclame met geringe nadruk;
- andere omstandigheden die de overtreding naar oordeel van het Commissariaat licht maken;
- het niet naleven van de medewerkings- en inlichtingenplicht.

Bijlage 6

Interviewschema

Introducerende vragen

Actor	Vraag	Doel vd vraag / Variabele
Alle	1 Naam, 2 Functie, 3 Achtergrond, 4 Periode van werkzaamheden voor Kijkwijzer-/PEGI project	<i>Kennismaking en vaststellen van achtergrond variabelen.</i>

Verkenning van het schema van zelfregulering

Actor	Vraag	Doel vd vraag / Variabele
NICAM directeur	5 Graag willen wij de schematische weergaven van de Kijkwijzer en PEGI systemen met u verifiëren. – Zou u bepaalde actoren anders situeren? – Klopt de weergave en betekenis van de verbindingen in pijlen en lijnen? – (H)erkent u de kritieke punten?	<i>Waarborgen van de schematische weergave.</i>
Algemeen Bestuur NICAM	6 Belangrijke kritieke punten waarover wij alleen rechte tellingen kunnen vinden, zijn de dekking en de reikwijdte van Kijkwijzer en PEGI. – Welke instrumenten zijn er om de dekking te meten en waarborgen?	<i>Dekking is het percentage geclassificeerde producties. Reikwijdte is het percentage aangeslotenen.</i>
Lid van de ISFE	– Hoe hoog is de dekking (%)? (Programma's, films, video's, trailers, mobiele telefonie, internet)	
Lid van de PEGI Enforcement Committee	– Welke instrumenten zijn er om de reikwijdte te meten en waarborgen? – Hoe hoog is de reikwijdte (%) onder mediadistributeurs? – Hoe hoog is de reikwijdte (%) onder mediaproductanten? – Hoe hoog is de reikwijdte (%) onder verkooppunten? (Televisieomroepen, winkelketens, videotheken, bioscopen, bibliotheken, mobiele telefonie, internetproviders)	

Verkenning van het zelfreguleringsstelsel

Actor	Vraag	Doel vd vraag / Variabele
Alle, m.u.v. de leden v.d. Klachten-commissie of Complaints Board	<p>In het geschetste beleidsveld staan vier onderwerpen van zelfregulering centraal; de classificatie, de aansluiting, het transactiemoment en de controle op de naleving. Over de classificatie is voldoende bekend, graag zou ik dieper ingaan op de andere drie onderwerpen.</p> <p>7 Met betrekking tot de aansluiting:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wie stelt de regels op die betrekking hebben op de aansluiting van organisaties? - Welke regels zijn dat? - Hoe wordt de aansluiting vervolgens gecontroleerd/gemonitord? - Welke instrumenten heeft u om de aansluiting te bevorderen? - Welke instrumenten heeft u bij weigering tot aansluiting door bepaalde organisaties? <p>8 Met betrekking tot het transactiemoment:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wie stelt de regels op die gelden bij de verkooppunten? - Welke regels zijn dat? - Hoe wordt de uitvoering van deze regels gecontroleerd? - Zijn er instructies voor nieuw en bestaand personeel? - Hoe wordt het publiek geïnformeerd? - Welke materialen worden beschikbaar gesteld? - Wie is verantwoordelijk voor deze informatie? - Welke instrumenten zijn er beschikbaar voor de handhaving van de regels? <p>9 Met betrekking tot de controle op de naleving bij verkooppunten:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wie stelt de regels op voor de controle op de naleving? - Welke regels zijn dat? - Wie voert de controle uit? - Hoe wordt de controle uitgevoerd? - Hoe groot is de kans op een controle? - Welke sancties zijn er? - Wie legt deze sancties op? - Hoe vaak worden de sancties opgelegd? 	<p><i>Inzicht krijgen in het systeem van zelfregulering</i></p> <p><i>Wie bepaalt hoe de naleving wordt gecontroleerd?</i></p>

Voorwaarden voor effectieve zelfregulering

Actor	Vraag	Doel vd vraag / Variabele
Alle, muv de leden vd Klachtencommissie of Complaints Board	10 Hoe belangrijk vindt u de bescherming van de jeugd tegen schadelijke audiovisuele media? Op een schaal van 1 tot 7 waarbij 1 in het geheel niet belangrijk en 7 zeer belangrijk betekenen, welk cijfer zou u aan het belang van de bescherming van de jeugd toekennen?	<i>De steun voor het publieke belang achterhalen.</i>
	11 Welke rol heeft het NICAM/VSC om de naleving bij verkooppunten te beïnvloeden? <ul style="list-style-type: none"> - Welke instrumenten zet het NICAM/ISFE/VSC in? - Hoe controleren zij? - Hoe vaak vindt deze controle plaats? - Welke middelen stellen zij de verkooppunten ter beschikking? - Wie bepaalt welke middelen beschikbaar zijn voor de verkooppunten? 	
	12 Welke rol heeft de overheid om de naleving bij verkooppunten te beïnvloeden? <ul style="list-style-type: none"> - Welke instrumenten zetten zij in? - Hoe controleren zij? - Hoe vaak vindt deze controle plaats? - Welke middelen stellen zij de verkooppunten ter beschikking? - Wie bepaalt welke middelen beschikbaar zijn voor de verkooppunten? 	<i>Denk aan ondersteuning bij lastige klanten.</i>
	13 Welke rol heeft de brancheorganisatie/ISFE om de naleving bij verkooppunten te beïnvloeden? <ul style="list-style-type: none"> - Welke instrumenten zetten jullie in? - Hoe controleren jullie? - Hoe vaak vindt deze controle plaats? - Welke middelen stellen jullie de verkooppunten ter beschikking? - Wie bepaalt welke middelen beschikbaar zijn voor de verkooppunten? 	<i>Schisma tussen publiek en privaat belang herleiden.</i>
	14 Welke rol heeft het verkooppunt om de naleving te beïnvloeden? <ul style="list-style-type: none"> - Welke instrumenten zetten zij in? - Hoe controleren zij? - Hoe vaak vindt deze controle plaats? - Welke middelen stellen hun medewerkers ter beschikking? - Wie bepaalt welke middelen de verkooppunten beschikbaar stellen? 	

Actor	Vraag	Doel vd vraag / Variabele
	<p>15 Zou u de markt van audiovisuele media als homogeen of heterogeen aanmerken?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wanneer we de markt in enkele branches onderscheiden, zou u deze dan anders aanmerken (televisieomroepen, videotheken, bioscopen, warenhuizen, gamestores)? - Stel dat enkele van uw leden het minder nauw lijken te nemen met de naleving van Kijkwijzer, in hoeverre beïnvloeden deze gegevens en handelingen van deze 'collega's' de handelingen van uw leden? - Stel dat bepaalde sectoren het minder nauw lijken te nemen met de naleving van Kijkwijzer, in hoeverre beïnvloeden deze gegevens en handelingen van deze 'collega's' de handelingen van uw leden? 	
	<p>16 Met betrekking op de aansluiting bij het NICAM</p> <ul style="list-style-type: none"> - Welke voordelen ziet u? - Welke nadelen ziet u? - Welke voordelen zou overheidsregulering hebben, boven de huidige situatie van zelfregulering? - Welke nadelen zou overheidsregulering hebben, boven de huidige situatie van zelfregulering? 	

Voor- en nadelen van het Kijkwijzersysteem

Actor	Vraag	Doel vd vraag / Variabele
Alle	<p>17 Met betrekking op de aansluiting bij het NICAM</p> <ul style="list-style-type: none"> - Welke voordelen ziet u? - Welke nadelen ziet u? - Welke voordelen zou overheidsregulering hebben, boven de huidige situatie van zelfregulering? <p>18 Over de sancties die kunnen worden opgelegd:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hoeveel kans is er dat een klacht die wordt voorgelegd aan de Klachtencommissie leidt tot het opleggen van een sanctie? - Wat is doorgaans de ernst van een dergelijke sanctie? 	<p><i>Meer inzicht in de gepercipieerde voor- en nadelen van aansluiting bij het NICAM/ISFE</i></p> <p><i>De gepercipieerde ernst en dreiging van de sancties achterhalen.</i></p>

Klachtensysteem

Actor	Vraag	Doel vd vraag / Variabele
NICAM directeur	19 Welk type klachten worden er ingediend bij het NICAM/ISFE?	<i>Achterhalen of er ook procedures zijn om klachten van burgers over verkooppunten in behandeling te nemen (ondanks dat er in de jaarverslagen geen melding van wordt gemaakt).</i>
NICAM Bureau-medewerkers	<ul style="list-style-type: none"> - Welk type klachten worden door de Klachtencommissie behandeld? - Welke typen klachten niet? 	
Lid van de ISFE	<ul style="list-style-type: none"> - Hoe wordt door het Bureau vastgesteld of een klacht wel of niet door de Klachtencommissie moet worden behandeld? 	
Lid van de VSC		
PEGI-coördinator bij NICAM		
Lid van de PEGI Complaints Board		
	20 Welke kosten moet een klager maken wanneer hij/zij een klacht wil indienen?	<i>Alleen relevant wanneer procedures zoals bedoeld in vraag 17 bestaan.</i>
	<ul style="list-style-type: none"> - Hoeveel tijd duurt de gemiddelde klachtenbehandeling? - Moet de klager daarbij voor de Klachtencommissie verschijnen? - Krijgt de klager eventuele onkosten vergoed? - Zijn er financiële kosten voor het indienen van een klacht? - Klopt het dat er sinds 2004 slechts 1x een spoedprocedure is doorlopen? 	<i>(voorbeeld: klachten medische keuring)</i> <i>(voor PEGI: Hoe vaak is de spoedprocedure doorlopen?)</i>
	21 Hoe wordt de klachtenprocedure gecommuniceerd?	
	<ul style="list-style-type: none"> - Aan consumenten? - Aan verkooppunten? - Hoe wordt de procedure uitgelegd aan klagers? - Waar en hoe worden uitspraken van de Klachtencommissie en Commissie van Beroep openbaar gemaakt? 	
	22 Enkele kernmerken van de Klachtencommissie en de Commissie van Beroep:	
	<ul style="list-style-type: none"> - Hoe wordt de onafhankelijkheid van de leden gewaardborgd? - Welke nevenfuncties zijn toegestaan en welke niet? - Hoe worden de leden van de beide commissies gekozen? - Zijn alle zittingen van de commissies openbaar? 	

Bijlage 8

Aangekochte media mysteryshopping

Games

187 Ride or Die	Find Fantasy 12	Roel
Aeon Flux	Freedom Fighters	Rome Total War
Age of Empires	Full Auto	Shadowrun
Ankh	Getting Up	Shivering Isics
Arks Request	Gothic	Sims 2
Battlefield	Halo	Sopranos
Battlefield 2	Halo 2	Sparta
Black	Heroes IV Might & Magic	Splintrek
Brothers in Arms	Jade Empire	Squad Hockers
Call of Duty	King Kong	Streetdance
Call of Duty 3	Kult	Task Force
Capod	Last Cause	Tenchu Time of the
Carjack	Legacy of Kain	Assassins
Coll	Medal of Honour	Terminator 3
Commandant Conquer 3	Mega Clive Collection	The Battlefield 1944
Commandos Strike	Munich	The Big Lebowski
Da Vinci Code	Need for Speed Most	The Gathering
Dark Kingdom	Wanted	The Sims 2
Dawn of war	NHL 2K Sky	The Terminator 3
Dead or Alive 4	Oblivion	Tomb Raider
Dragon Quest	Once Upon a Time in	Tony Hawk
Driver	Mexico	Tony Hawk Project 8
DTM	Pirates of the Caribbean	Transformers the Game
Emergency 3 Mission: Life	Poker	True Crime
Eragon	Prince of Perzia	Unlimited Saga
Fable	Rainbow Six Lockdown	Vegas
Far Cry	Red Steel	Vietcong 2
Far Cry 2	Resident Evil Outbreak	Virtua Fighter
Fight Right	Rise of the Silver Surfer	World Series of Poker
Final Destination	Rocky Balboa	X Men

Dvd's

16 Blocks	Answered by Fire	Blue Diamond
40 days 40 nights	Apollo 33	Borat
7 Years in Tibet	Babel	Bridget Jones Diary
A Cop for the Killing	Backstage	Cabine Feux
A Long Kiss Goodnight	Bad Boys	Candyman
A Lot Like Love	Beachmovie	Carcrash
A Scanner Darkly	Best	Casino Royale
Abbewocky	Betrayel of the Dove	Charlie's Angels
Alexander	Black Hawk Down	Chasing Amy
Ali G in da House	Blackbeard	Children of Men
Amazones	Blade	Christiane F
Ambushed	Blade Trinity	Cinderella Man
American Beauty	Blast	City of God
Anacondas	Blood Diamond	Clarks
Animal	Bloodfist VII	Clerks

Closer	If Only	Saving Private Ryan
Con Air	Ik Omhels Je Met Duizend	Saw
Cool Money	Armen	Saw 2
Crash	Indiana Jones	Saw 3
Crooked Earth	Indochine	Scarface
CSI	Into the Blue	Scream
Dark Water	Italian Job	Secret Window
Day of Wrath	Jackass the Movie	Shawn Shank Redemption
De Dominee	Jay and Silent Bob Strike	Signs
De Nacht van Aalbers	Back	Silence of the Lambs
Dead & Breakfast	Joe Ride	Simon
Deep Impact	Kill Bill	Sleepy Hollow
Dejavu	King Arthur	Slow Burn
Demontown	Kingdom of Heaven	Smoking Aces
Der Untergang	La Pianiste	Smoking Edge
Desperation	Lara Croft	Soldier
Domars	Laws of Attraction	Spiderman 2
Dominion	Lethal Weapon	Starwars
Domion	Lock, Stock & 2 Smoking	Supercross
Dood Eind	Barrels	Superman
Dropzone	Lost	SWAT
Empire Two Worlds	Lost Boys	Teens of the Sun
Enemy at the Gates	Loveyehus	The Age of the Pirates
Even Angels Eat Beans	Mac Beth	The Aryan Couple
Face of terror	Magie et Julien	The Bone Collector
FBI	Man thing	The Bourne Identity
Fear and Loathing in Las	Men in Black	The Butterfly Effect
Vegas	Metro	The Collateral
Fearless	Miami Vice	The Departed
Fight Club	Mindhunters	The Doors
Final Destination	Minority Report	The Ex
Flying Dragon Leaping	Mission Impossible	The Exorcist
Tiger	Mulholland Drive	The Fountain
From Dusk till Dawn	Munich	The Gospel
Gangs of New York	Muranary Justice	The Great Raid
Get Rich or Die Trying	Narnia	The Green Mile
Gladiator	Never Die Alone	The Grudge
Glue	No Offence, No Glory	The Grudge 2
Godfather	November	The Haunted Mansion
Good Angel	Numbers	The House of Fear
Good Morning Vietnam	Open Water	The Hulk
Gorgeous Revenge	Phoneboot	The Island
Grijpstra & de Gier	Pirates	The Kill
Hard Luck	Pirates of the Caribbean	The Last Samurai
Hard Rain	Poseidon	The Long Weekend
Harry Potter	Prison on Fire	The Lord of the Rings
Hellos	Profiler Box	The Lost City
Herman Brood	Re-Cycle	The Machinist
Honour of the Dragon	Recking all Over	The Matrix
Hot Chick	Requim	The Mindhunters
Haunted Mansion	Road House	The Passion of the Christ
House of Wax	Running scared	The Perfect Storm
Human Nature	Save the Last Dance	The Pleasure Drivers
I'll Sleep When I am Dead	Saving	The Punisher

The Untouchables
The Way of Water
The Woods
Thirteen
Three Kings
Thumbsucker
Too Young to Die
Tracks

Transporter
Transporter 2
Triple X
Troy
Twisted
Under Suspicion
Underworld
V for Vendetta

Vector File
Vet hard
Volle Maan
We Shall Overcome
Watch Out, We're Mad
Western DVD
X Men

Bioscoopfilms

1408
A Mighty Heart
Babel
Chuck & Larry
Death Proof
Die Hard 4
Disturbia
Harry Potter

Kingdom
Knocked Up
La Sconosinta
Mr Brooks
Pan's Labyrinth
Pirates of the Caribbean
Planet Terror
Rush Hour 3

Shoot em Up
The Bourne Ultimatum
The Brave One
The Host
The Kingdom
White Noise 2

Bijlage 9

Coderingsronde

Voor de coderingsronde zijn vier, reeds geclassificeerde, programma's door twee onderzoekers nogmaals gecodeerd om te bepalen in hoeverre de classificaties overeenkomen met de classificaties zoals die zijn toegekend door professionele codeurs. Het gaat om de volgende vier programma's:

- Centrale Huisartsenpost (Ned 1), uitgezonden op maandag 8 oktober om 19:25 uur;
- As the World Turns (RTL4), uitgezonden op vrijdag 12 oktober om 17:00 uur;
- What about Brian (NET5), uitgezonden op dinsdag 9 oktober om 21:30 uur;
- House (SBS6), uitgezonden op dinsdag 9 oktober om 20:30 uur.

De volgende coderingen zijn door beide partijen aan deze programma's toegekend:

Centrale Huisartsenpost (Nederland 1)

Classificatie onderzoekers: 6 jaar, Angst

Classificatie codeurs: Alle leeftijden

In de uitzending is een verwonding aan de teen van een meisje te zien. Er bestaat twijfel over hoe dit te interpreteren. Er is gekozen dit beeld te scharen onder niet ernstige verwondingen (*blauw oog en kapotte neus of lip*). Deze keuze leidt tot de classificatie *6 jaar*, aangevuld met *Angst*.

As the World Turns (RTL4)

Classificatie onderzoekers: Alle leeftijden

Classificatie codeurs: 6 jaar

De bekeken aflevering was volledig vrij van schadelijke elementen.

What about Brian? (NET5)

Classificatie onderzoekers: Alle leeftijden

Classificatie codeurs: 6 jaar

De bekeken aflevering was volledig vrij van schadelijke elementen.

House (SBS6)

Classificatie onderzoekers: 12 jaar, Angst, Geweld

Classificatie codeurs: 12 jaar, Angst

In de betreffende aflevering wordt een spuit met kracht in het been van een patiënt gestoken. Indringend, uitvoerbaar geweld leidt tot de classificatie *12 jaar*. Maar of dit geweld indringend is, wordt niet geheel duidelijk.

Opmerking:

De bekeken programma's zijn individuele afleveringen, die onderdeel zijn van een serie afleveringen (seizoen). De classificaties die zijn toegekend door de codeurs zijn van toepassing op de hele serie afleveringen (seizoensbeoordeling). De classificaties die zijn toegekend door de onderzoekers gaan over de specifieke aflevering.

Bijlage 10

Belschema mysterycalls

Bijlage 10 Belschema mysterycalls

1. *Hallo, u spreekt met Marga de Groot/Marcel de Groot*

2. *Ik heb een vraag over een dvd/game/film, kan ik die aan u stellen?*

Ja

Verkoper verbindt door met juiste persoon

Nee

Vraag: kunt u me dan doorverbinden met iemand aan wie ik mijn vraag kan stellen?

3. Ik heb een tijdje geleden de dvd/game [titel dvd/game] bij u gekocht/gehuurd/geleend en nu wil mijn zoon/dochter van 11/15 dit met een aantal klasgenootjes gaan kijken. Ik zie alleen net pas dat er 12/16 op de dvd/game staat, kan ik hen deze dvd/game toch met een gerust hart laten kijken/spelen?

3a. Eventueel vraag herhalen en extra uitleg geven

Ja

Wel motivatie

Antwoord:
a. Inhoud dvd/game staat dan dat
b. Kijkwijzer/PEGI teken 12/16 op de
c. Onjuiste motivering dvd/game?
d. Anders, namelijk...

Antwoord: nou, ik zal er nog eens over nadenken, maar bedankt voor de informatie in elk geval.

Nee

Wel motivatie

Antwoord:
a. Inhoud dvd/game
b. Kijkwijzer/PEGI
c. Onjuiste motivering
d. Anders, namelijk...

Antwoord: nou, ik zal er nog eens over nadenken, maar bedankt voor de informatie in elk geval.

Nee

Geen motivatie

Vraag: waarom dan niet?

Antwoord:
a. Inhoud dvd/game
b. Kijkwijzer/PEGI
c. Onjuiste motivering
d. Anders, namelijk...

Antwoord: nou, ik zal er nog eens over nadenken, maar bedankt voor de informatie in elk geval.

Geen uitspraak

Doorvragen om toch advies te krijgen

Antwoord:
a. Inhoud dvd/game
b. Kijkwijzer/PEGI
c. Onjuiste motivering
d. Anders, namelijk...

Antwoord: nou, ik zal er nog eens over nadenken, maar bedankt voor de informatie in elk geval.

Zelf uitzoeken

Antwoord:
a. Licht aan het kind
b. Als ouder eerst zelf kijken
c. Als ouder meekijken
d. Anders, namelijk...

Antwoord: nou, ik zal er nog eens over nadenken, maar bedankt voor de informatie in elk geval.

¹¹ Keuze voor de namen omdat dit neutrale namen zijn die overal in Nederland voorkomen.

¹² Er is voor gekozen het script zo neutraal mogelijk te houden, de zin "kan ik hen dat met een gerust hart laten kijken of spelen" is neutraal en stuurt de verkoper niet een bepaalde kant op. Omdat gebieden is uit eerdere mysterycalls dat de verkoper meestal als antwoord geeft dat de beslissing bij de ouders ligt en dat het ligt aan het kind zelf, is ervoor gekozen in het script te vermelden dat het gaat om een groepje 11-jarigen en dus niet alleen de eigen zoon of dochter. Dit zorgt ervoor dat de verkoper inziet dat het nu gaat over de verantwoordelijkheid over meerdere personen en zo wordt ook het argument dat iets persoonsgebonden is uitgeschakeld. Ook is ervoor gekozen om in het script te vermelden dat de vader of moeder zelf de dvd of game heeft gekocht. Dit is gedaan om te voorkomen dat verkopers te diep ingaan op een mogelijke fout van de winkel bij het verkopen van een dvd of game aan een 11- of 15-jarige. Voor bioscopen wordt de volgende zin gebruikt: "Mijn zoon/dochter is 11/15 jaar en wil met een paar klasgenootjes naar de film [titel film] maar ik zie net dat die voor kinderen van 12/16 jaar en ouder geschikt is. Kan ik hen daar wel met een gerust hart naartoe sturen?"

¹³

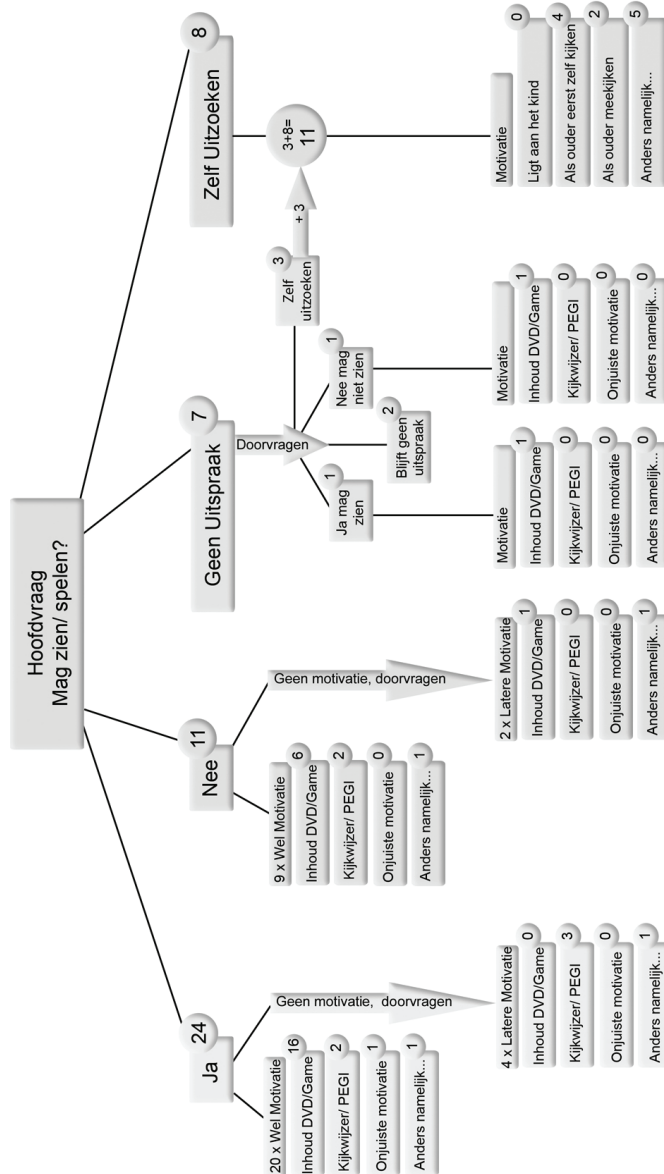
Bijlage 11

Antwoordschema's mysterycalls

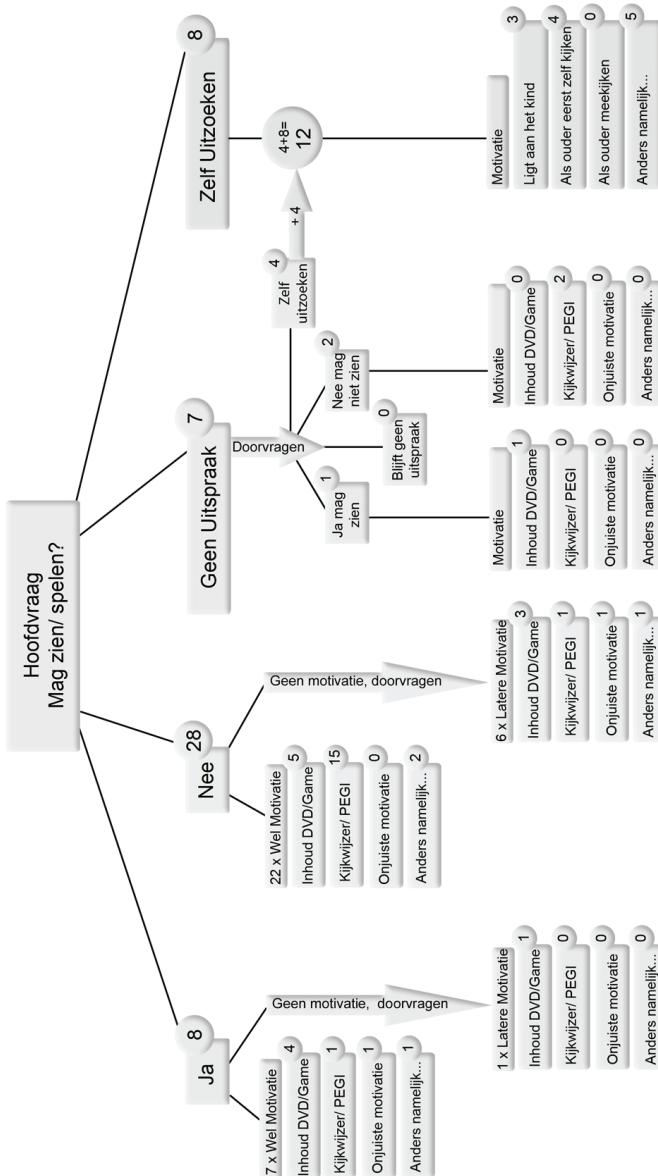
Antwoordschema's per conditie

Om een volledig beeld van de resultaten te verkrijgen zijn hieronder de antwoordschema's te vinden per afzonderlijke conditie.

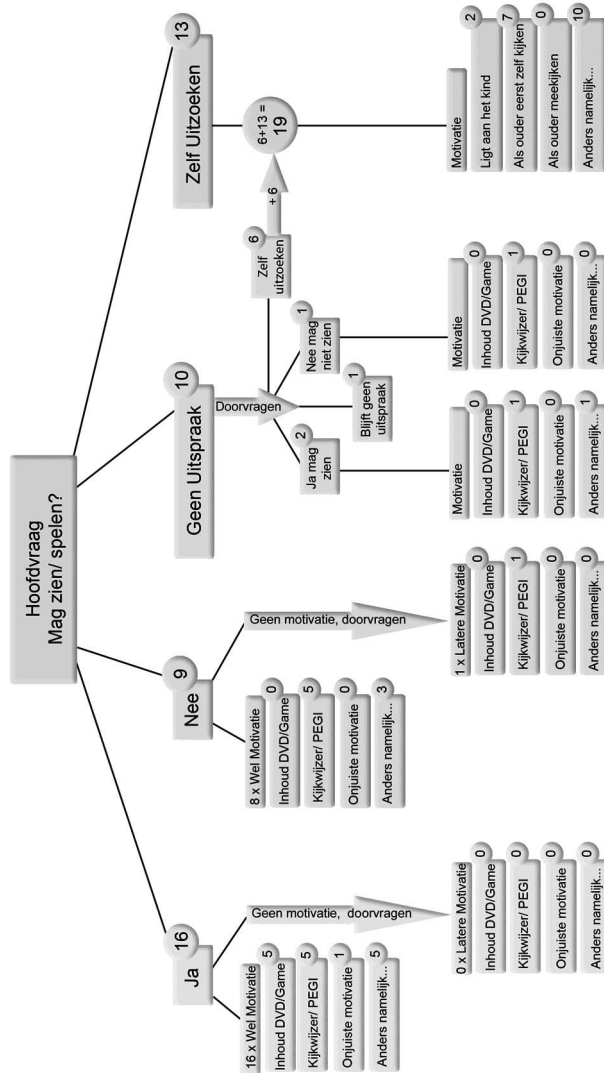
Figuur 1 Antwoordschema bij de conditie: 'Leeftijd 11 jaar, classificatie 12 jaar'



Figuur 2 Antwoordschema bij de conditie: ‘Leeftijd 11 jaar, classificatie 16 jaar’



Figuur 3 Antwoordschema van de conditie: 'Leeftijd 15 jaar, classificatie 16 jaar'



Bijlage 12

Constructen vragenlijst

Hieronder een overzicht van onderdeel B van de vragenlijst. Dit onderdeel betrof stellingen die beantwoord moesten worden op een vijfpuntsschaal (helemaal mee oneens tot helemaal mee eens). Na elke stelling wordt het construct, waar de desbetreffende stelling onder valt, weergegeven.

Vragen over uzelf

Individueel item	Horend bij construct...
Ik ken de regels van Kijkwijzer goed.	Bekendheid en duidelijkheid regels
Ik ken de regels van PEGI goed.	Bekendheid en duidelijkheid regels
Als ik een game of dvd verkoop, let ik eigenlijk niet op de leeftijdsclassificaties.	Compliance
Ik verkoop geen dvd's of games voor 16+ aan jongeren die nog maar 15 zijn.	Compliance
Sommige icoontjes van Kijkwijzer zijn onduidelijk.	Bekendheid en duidelijkheid regels
Ik vind dat jongeren door regelgeving beschermd moeten worden tegen dvd's en games met schadelijke inhoud.	Acceptatie beleidsdoel
De klachtenregeling van Kijkwijzer is duidelijk.	Bekendheid en duidelijkheid regels
Ik vind dat leeftijdsclassificaties op dvd's en games geen nut hebben.	Acceptatie uitvoering beleid (pers.)
Jongeren zien op televisie en op het internet ook heel veel schadelijke dingen.	Acceptatie uitvoering beleid (pers.)
Ik vind dat de leeftijdsclassificaties op dvd's en games over het algemeen juist zijn.	Acceptatie uitvoering beleid (pers.)
Ik vind Kijkwijzer en PEGI te streng als het gaat om minimumleeftijden.	Acceptatie uitvoering beleid (pers.)
Ik vind de waarschuwingssymbolen op dvd's en games overdreven.	Acceptatie uitvoering beleid (pers.)
Ik vertrouw meer op mijn eigen kennis van een dvd of game dan op de leeftijdsclassificaties van Kijkwijzer en PEGI.	Acceptatie uitvoering beleid (pers.)
De klachtenregeling van PEGI is duidelijk.	Bekendheid en duidelijkheid regels
Klanten zijn op de hoogte van het bestaan van Kijkwijzer en PEGI.	Bekendheid en duidelijkheid regels
De regels van Kijkwijzer zijn te gecompliceerd.	Bekendheid en duidelijkheid regels
Er zijn te veel regels in Kijkwijzer en PEGI.	Bekendheid en duidelijkheid regels
Ik verkoop geen dvd's of games voor 16+ aan jongeren die nog maar 12 zijn.	Compliance
Ik vind dat jongeren zelf verantwoordelijk zijn voor de dvd's en games die ze kopen.	Acceptatie uitvoering beleid (pers.)

Individueel item	Horend bij construct...
Ik vind dat ouders verantwoordelijk zijn voor de dvd's en games die hun kinderen kopen.	Verantwoordelijkheid
Kijkwijzer en PEGI zijn niet meer van deze tijd.	Acceptatie uitvoering beleid (pers.)
Ik verkoop geen dvd's of games voor 12+ aan jongeren die nog maar 11 zijn.	Compliance
De kans dat iemand controleert of ik dvd's of games verkoop aan jongeren die jonger zijn dan de Kijkwijzer- of PEGI-leeftijdsclassificatie, is klein.	Controle
Bij het wel of niet verkopen let ik meer op de inhoud van een dvd of game dan op Kijkwijzer of PEGI.	Acceptatie uitvoering beleid (pers.)
Ik vind het onzinnig dat in Nederland het systeem van Kijkwijzer en PEGI wordt gehandhaafd.	Acceptatie uitvoering beleid (pers.)
Ik verkoop geen dvd's of games voor 12+ aan jongeren die nog maar 8 zijn.	Compliance
Ik denk dat dvd's en games schadelijke effecten kunnen hebben als jongeren er te vroeg mee in aanraking komen.	Acceptatie beleidsdoel
De regels van PEGI zijn te gecompliceerd.	Bekendheid en duidelijkheid regels
Ik controleer de leeftijd van jongeren als ze een dvd of game willen kopen.	Compliance
Ik denk dat jongeren geen identiteitsbewijs bij zich hebben als ze een dvd of game willen kopen waarvoor ze eigenlijk te jong zijn.	Praktische haalbaarheid
Ik vind het moeilijk om zelf de leeftijd van jongeren in te schatten.	Praktische haalbaarheid
De boetes die gegeven worden bij overtredingen van Kijkwijzer/PEGI vind ik hoog.	Sancties
De sancties die volgen na overtreding van Kijkwijzer/PEGI vind ik klein.	Sancties
Ik vind dat ouders verantwoordelijk zijn voor de dvd's en games die hun kinderen kopen.	Verantwoordelijkheid
Ik word wel eens gebeld door een ouder om advies te geven over Kijkwijzer.	Overig
Veel jongeren hebben tegenwoordig een vals identiteitsbewijs.	Praktische haalbaarheid
Het is moeilijk om als verkoper de leeftijd van jongeren te controleren.	Praktische haalbaarheid
Ik krijg als verkoper problemen als ik een jongere vraag om een identiteitsbewijs.	Praktische haalbaarheid
Als een 15-jarige een game of dvd van 16+ wil kopen, ben ik als verkoper verplicht om die gewoon te verkopen.	Wettelijke grondslag

Individueel item	Horend bij construct...
Ik als verkoper hoef niets te doen met Kijkwijzer en PEGI, het zijn namelijk adviezen aan ouders.	Wettelijke grondslag
Ik vind dat ik me aan de regels hoor te houden.	Normgetrouwheid
Ik vind dat wij als verkopers verantwoordelijk zijn voor de dvd's en games die jongeren kopen.	Verantwoordelijkheid
Ik doe geen dingen die me in de problemen kunnen brengen.	Normgetrouwheid
Niemand verwacht dat ik als verkoper een jongere vraag om een identiteitsbewijs.	Compliance
Ik vind dat ik me alléén aan regels moet houden als deze voordelig zijn voor onze winkel.	Normgetrouwheid
Ik krijg als verkoper problemen als ik vraag naar de leeftijd van een jongere.	Praktische haalbaarheid
Ik word wel eens gebeld door een ouder om advies te geven over PEGI.	Overig
Ik krijg als verkoper problemen met de ouders van een jongere als ik deze jongere weiger een bepaalde dvd of game te verkopen.	Praktische haalbaarheid
Ik vind dat winkels/ketens verantwoordelijk zijn voor de dvd's en games die jongeren kopen.	Verantwoordelijkheid
Als ik twijfel of een klant oud genoeg is, verkoop ik een dvd of game alleen na identificatie.	Compliance
Ik krijg als verkoper problemen als ik een jongere weiger een bepaalde dvd of game te verkopen.	Praktische haalbaarheid
Niemand verwacht dat ik als verkoper vraag naar de leeftijd van een jongere.	Compliance

Vragen over uw collega's

Individueel item	Horend bij construct...
Mijn directe collega's weten te weinig af van Kijkwijzer en PEGI.	Bekendheid en duidelijkheid regels
Nieuwe verkopers krijgen in onze winkel voldoende informatie over Kijkwijzer.	Bekendheid en duidelijkheid regels
Nieuwe verkopers krijgen in onze winkel voldoende informatie over PEGI.	Bekendheid en duidelijkheid regels

Vragen over uw winkel

Individueel item	Horend bij construct...
Er wordt in onze winkel eigenlijk niet over Kijkwijzer en PEGI gesproken.	Bekendheid en duidelijkheid regels
In onze winkel wordt het verkopen van dvd's of games aan jongeren die jonger zijn dan de Kijkwijzer- of PEGI-leeftijdsclassificatie afgekeurd.	Sancties
Als jongeren een dvd of game niet in onze winkel zouden meekrijgen, kopen ze die gewoon in een andere winkel.	Acceptatie uitvoering beleid (pers.)
In onze winkel worden louter dvd's en/of games verkocht die zijn voorzien van classificaties van Kijkwijzer en/of PEGI.	Compliance
Als mijn baas ontdekt dat ik me niet houd aan Kijkwijzer of PEGI neemt hij een maatregel.	Sancties
Winkels zijn strafbaar als ze een dvd of game van 16+ verkopen aan een jongere van 15.	Wettelijke grondslag
In onze winkel hebben we de regels van Kijkwijzer en PEGI niet nodig om verantwoord om te gaan met de verkoop van dvd's en games aan jongeren.	Acceptatie uitvoering beleid (pers.)
Als we ons houden aan Kijkwijzer en PEGI, komt dat ten goede aan de naam van onze winkel.	Kosten/baten
In onze winkel worden Kijkwijzer en PEGI niet serieus genomen.	Acceptatie uitvoering beleid (org.)
Onze winkel steunt de richtlijnen van Kijkwijzer en PEGI.	Acceptatie uitvoering beleid (org.)
In onze winkel weten alle verkopers dat ze bij het verkopen van games en dvd's rekening moeten houden met het advies van Kijkwijzer en PEGI.	Acceptatie uitvoering beleid (org.)
In onze winkel vinden de meeste collega's dat Kijkwijzer en PEGI een goede zaak zijn.	Acceptatie uitvoering beleid (org.)
Winkels zijn strafbaar als ze een dvd of game van 12+ verkopen aan een jongere van 11.	Wettelijke grondslag
Streng zijn bij de verkoop van dvd's en games aan jongeren is slecht voor ons klantenbestand.	Kosten/baten
Als onze winkel zich houdt aan de leeftijdsclassificaties van Kijkwijzer en PEGI, kost dat teveel geld.	Kosten/baten
Als we ons houden aan Kijkwijzer en PEGI, komt dat ten goede aan de naam van onze branche.	Kosten/baten
Als onze branche zich houdt aan Kijkwijzer en PEGI kunnen we voorkomen dat de overheid met strengere regels komt.	Kosten/baten

Individueel item	Horend bij construct...
Het NICAM maakt in de regel snel gebruik van zijn mogelijkheden sancties op te leggen.	Sancties
Winkels zijn strafbaar als ze een dvd of game van 16+ verkopen aan een jongere van 11.	Wettelijke grondslag
In onze branche/winkelketen vindt men dat Kijkwijzer en PEGI een goede zaak zijn.	Acceptatie uitvoering beleid (org.)
In onze winkel is de kans groot dat collega's het zien als ik dvd's of games verkoop aan jongeren die jonger zijn dan Kijkwijzer- of PEGI-leeftijdsclassificatie.	Controle
De kans dat een controleur ten behoeve van de naleving van Kijkwijzer onze winkel bezoekt, is klein.	Controle
De PEGI-organisatie maakt in de regel snel gebruik van haar mogelijkheden sancties op te leggen.	Sancties
Onze bedrijfsleiding stimuleert de verkopers zich aan Kijkwijzer en PEGI te houden.	Controle
Vertegenwoordigers van onze brancheorganisatie/winkelketen benadrukken regelmatig het belang van de naleving van Kijkwijzer/PEGI.	Controle
De kans dat een controleur ten behoeve van de naleving van PEGI onze winkel bezoekt, is klein.	Controle
Als een controleur zich soepel opstelt is de kans groot dat we ons in de toekomst minder aan Kijkwijzer of PEGI houden.	Controle
Als onze winkel een 16+ dvd of game verkoopt aan een 15-jarige, is er een grote kans dat dit ontdekt wordt.	Controle
Als onze winkel een 16+ dvd of game verkoopt aan een 15-jarige, is er een grote kans dat de ouders daarover gaan klagen.	Controle
Als onze winkel zich niet houdt aan Kijkwijzer of PEGI, is de kans groot dat dit wordt ontdekt.	Controle
Problemen met de naleving van Kijkwijzer of PEGI worden in onze winkel besproken.	Controle
Onze bedrijfsleiding instrueert de verkopers hoe ze zich aan Kijkwijzer en de PEGI moeten houden.	Controle
In onze winkel houden we ons aan de leeftijdsclassificaties van Kijkwijzer en PEGI.	Compliance
Mijn winkel houdt zich aan de regels.	Normgetrouwheid
Als een controleur zich strikt opstelt is de kans groot dat we ons in de toekomst minder aan Kijkwijzer of PEGI houden.	Controle

Individueel item	Horend bij construct...
Mijn winkel houdt zich alléén aan de regels als deze voordelig voor ons zijn.	Normgetrouwheid
Mijn winkel zou zich beter aan de regels van Kijkwijzer en PEGI houden als de kosten daarvoor worden vergoed.	Normgetrouwheid
Andere winkels houden zich aan de leeftijdsclassificaties van Kijkwijzer en PEGI.	Compliance

Bijlage 13

Antwoordschalen experiment

Deel 1: Aantrekkelijkheid

De volgende vragen worden telkens na het zien van een afbeelding aan de jongere voorgelegd (waarbij de items worden gescoord op een tienpunts Likertschaal):

- *Hoe graag zou jij deze dvd willen zien / deze game willen spelen? (helemaal niet graag – heel graag)*
- *Hoe saai lijkt jou deze dvd / deze game? (helemaal niet saai – heel saai)*
- *Hoe leuk lijkt jou deze dvd / deze game? (helemaal niet leuk – heel leuk)*
- *Welk cijfer van 1 tot en met 10 zou je deze dvd / game geven?*
(*Let op: je mag maar één cijfer aankruisen!*)

Na beantwoording van alle 10 vragenlijsten volgt een korte vragenlijst die enkele persoonlijkheidskenmerken van de respondent meet:

Deel 2: Reactance/Rebelliousness

(Konijn, Nije Bijvank & Bushman, 2007; Hong & Page, 1989)

De items worden gescoord op een vijfpunts Likertschaal, die loopt van helemaal mee oneens tot helemaal mee eens.

- a Als ik iets leuk vind, dan doe ik het gewoon, ook als ik hierdoor in de problemen kom.*
- b Ik vind het vervelend als ik iets doe wat niet mag.*
- c Ik volg het advies van anderen.*
- d Ik vind het spannend om dingen te doen waar mensen van opkijken.*
- e Ik vind het leuk om moeilijk of lastig te zijn.*
- f Ik word boos als mensen mij vertellen wat ik moet doen.*
- g Ik doe geen dingen die me in problemen kunnen brengen.*
- h Als iemand me zegt wat ik moet doen, dan doe ik juist het tegenovergestelde.*
- i Ik vind het leuk om dingen te doen die niet mogen.*

Deel 3: Sensation seeking

De BSSS (de Brief Sensation Seeking Scale; Hoyle et al., 2002) wordt gebruikt voor het meten van sensation seeking. Deze schaal bestaat uit acht items die 'Thrill and Adventure seeking' meten, 'Experience Seeking', 'Disinhibition' en 'Boredom Susceptibility'.

De items worden gescoord op een vijfpunts Likertschaal, die loopt van helemaal mee oneens tot helemaal mee eens.

- a Ik zou graag nieuwe plaatsen willen verkennen.*
- b Ik word onrustig wanneer ik te lang thuis zit.*
- c Ik vind het leuk om enge dingen te doen.*
- d Ik doe wel eens gevaarlijke dingen, gewoon voor de lol.*
- e Ik hou van wilde feesten.*
- f Ik doe wel eens spannende dingen, zelfs als ze gevaarlijk zijn.*
- g Ik zou graag op reis gaan zonder van tevoren iets te plannen.*
- h Ik kies graag vrienden uit die spannende dingen doen.*

i Ik zou graag eens gaan bungee-jumpen.

j Ik zou heel graag nieuwe, spannende dingen doen, zelfs als het eigenlijk niet mag.

Aan het einde van het experiment volgden enkele afsluitende vragen (demografische variabelen).

WODC-rapporten

Om zo veel mogelijk belanghebbenden te informeren over de onderzoeksresultaten van het WODC wordt een beperkte oplage van de rapporten kosteloos verspreid onder functionarissen, werkgroepen en instellingen binnen en buiten het ministerie van Justitie. Dit gebeurt aan de hand van een verzendlijst die afhankelijk van het onderwerp van het rapport opgesteld wordt. De rapporten in de reeks Onderzoek en beleid (O&B) worden uitgegeven door Boom Juridische uitgevers en zijn voor belangstellenden die niet voor een kosteloos rapport in aanmerking komen, te bestellen bij Boom distributiecentrum, postbus 400, 7940 AK Meppel, tel.: 0522-23 75 55, via e-mail: bdc@bdc.boom.nl.

Een complete lijst van de WODC-rapporten is te vinden op de WODC-site (www.wodc.nl). Daar zijn ook de uitgebreide samenvattingen te vinden van alle vanaf 1997 verschenen WODC-rapporten. Volledige teksten van de rapporten (vanaf 1999) zullen met terugwerkende kracht op de WODC-site beschikbaar komen. Hieronder volgen de titelbeschrijvingen van de vanaf 2005 verschenen rapporten.

Wartna, B.S.J., S. el Harbachi, L.M. van der Knaap

Buiten behandeling; Een cijfermatig overzicht van de strafrechtelijke recidive van ex-terbeschikkinggestelden

2005, O&B 230

Lünnemann, K.D., M.Y. Bruinsma

Geweld binnen en buiten; Aard, omvang en daders van huiselijk en publiek geweld in Nederland

2005, O&B 231

Erp, J.G. van, M.D. van Ewijk

Werklast bestuurlijke boete; Determinanten van de werkbelasting in de bestuursrechtspleging

2005, O&B 232

Broeksteeg, J.L.W., E.M.J. Hardy, S. Klosse, M.G.W.M. Peeters,

L.F.M. Verhey

Zicht op wetgevingskwaliteit; Onderzoek naar de wetgevingsadvisering van de Raad van State

2005, O&B 233

Gritter, E., G. Knigge, N.J.M. Kwakman

De WED op de helling; Een onderzoek naar de wenselijkheid de Wet op de economische delicten te herzien

2005, O&B 234

Rovers, G.B., E. de Vries Robbé

Interne criminaliteit in de logistieke sector

2005, O&B 235

Kogel, G.H. de, V.E. den Hartogh

Contraire beëindiging van de TBS-maatregel; Aantal, aard en verband met recidive

2005, O&B 236

Eggen, A.Th.J., W. van der Heide (red.)

Criminaliteit en rechtshandhaving 2004; Ontwikkelingen en samenhangen
2006, O&B 237

Bruin, D.E. de, C.J.M. Meijerman, F.R.J. Leenders, R.V. Braam

Verslingerd aan meer dan een spel; Een onderzoek naar de aard en omvang van kansspelproblematiek in Nederland
2006, O&B 238

Knaap, L.M. van der, L.T.J. Nijssen, S. Bogaerts

Geweld verslagen? Een studie naar de preventie van geweld in het publieke en semi-publieke domein
2006, O&B 239 (239a, *Violence Defied?*)

Kogel, C.H. de, M.H. Nagtegaal, E. Neven, G. Vervaeke

Gewelddadige delinquenten met een psychische stoornis
2006, O&B 240

Killias, Martin, Marcelo Fernando Aebi, Kauko Aromaa, Bruno Aubusson de Cavarlay, Gordon Barclay, Beata Gruszczyńska, Hanns von Hofer, Vasilika Hysi, Jörg - Martin Jehle, Paul Smit, Cynthia Tavares

European Sourcebook of Crime and Criminal Justice Statistics
2006, O&B 241

Faure, M.M.G., C.A.R. Moerland

Griffierechten; Een vergelijkende beschrijving van griffierechten- en vergelijkbare stelsels in een aantal landen van de Europese Unie
2006, O&B 242

Sikkel, D., P.G.M. van der Heijden, G. van Gils

Methoden voor omvangschattingen van verborgen populaties, met name illegalen
2006, O&B 243

Ferwerda, H.B., I.M.G.G. van Leiden, N.A.M. Arts, A.R. Hauber

Halt: Het Alternatief? De effecten van Halt beschreven
2006, O&B 244

Laan, A.M. van der, M. Blom

Jeugdgedelinquentie: risico's en bescherming; Bevindingen uit de WODC Monitor Zelfgerapporteerde Jeugdcriminaliteit 2005
2006, O&B 245

Poot, C.J. de, E.W. Kruisbergen

Kringen rond de dader; Grootschalig DNA-onderzoek als instrument in de opsporing
2006, O&B 246

Ewijk, M.D. van, M.J. ter Voert

Trendrapportage Gerechtsdeurwaarders 2006; Toegankelijkheid, continuïteit en kwaliteit van de ambtelijke dienstverlening
2006, O&B 247

Sackers, H.J.B., B.A.M. van Stokkom, J.-P. Wils

Godslastering, discriminerende uitingen wegens godsdienst en haat-uitingen; Een inventariserende studie
2007, O&B 248

Daalder, A.L.

Prostitutie in Nederland na opheffing van het bordeelverbod
2007, O&B 249

Jennissen, R.P.W., J. Oudhof (red.)

Ontwikkelingen in de maatschappelijke participatie van allochtonen
2007, O&B 250

Mheen, D. van de, P. Gruter (red.)

Helingpraktijken onder de loep; Impressies van helingcircuits in Nederland
2007, O&B 251

Bunt, H.G. van de, E.R. Kleemans

Georganiseerde criminaliteit in Nederland; Derde rapportage op basis van de Monitor Georganiseerde Criminaliteit
2007, O&B 252

Struikma, N., J. de Ridder, H.B. Winter

De effectiviteit van bestuurlijke en strafrechtelijke milieuhandhaving
2007, O&B 253

Eshuis, R.J.J.

Het recht in betere tijden; Over de werking van interventies ter versnelling van civiele procedures
2007, O&B 254

Heide, W. van der, A.Th.J. Eggen (red.)

Criminaliteit en rechtshandhaving 2006; Ontwikkelingen en samenhangen
2007, O&B 255

Tollenaar, N., R.F. Meijer, G.L.A.M. Huijbrechts, M. Blom, S. el Harbachi

Monitor Veelplegers; Jeugdige en zeer actieve veelplegers in kaart gebracht
2007, O&B 256

Dijk, J. van, J. van Kesteren, P. Smit

Criminal Victimization in International Perspective. Key findings from the 2004-2005 ICVS en EU ICS
2007, O&B 257

Spapens, A.C.M., H.G. van de Bunt, L. Rastovac

De wereld achter de wietteelt
2007, O&B 258

Koeter, M.W.J., M. Bakker

Effectevaluatie van de Strafrechtelijke Opvang Verslaafden (SOV)
2007, O&B 259

Kunst, M.J.J., S. Schweizer, S. Bogaerts, L.M. van der Knaap

Onderlinge agressie en geweld, posttraumatische stress en arbeidsverzuim in penitentiaire inrichtingen
2008, O&B 260 (260a, *Aggression and violence, posttraumatic stress, and absenteeism among employees in penitentiaries*)

Voert, M.J. ter, S.L. Peters

Trendrapportage advocatuur 2006; Toegankelijkheid, continuïteit en kwaliteit van de dienstverlening
2008, O&B 261

Boom, A. ten, K.F. Kuijpers, m.m.v. M.H. Moene

Behoeften van slachtoffers van delicten; Een systematische literatuurstudie naar behoeften zoals door slachtoffers zelf geuit

2008, O&B 262

Kogel, C.H. de, M.H. Nagtegaal

Toezichtprogramma's voor delinquenten en forensisch psychiatrische patiënten; Effectiviteit en veronderstelde werkzame mechanismen

2008, O&B 263

Hulst, R.C. van der, R.J.M. Neve

High-tech crime, soorten criminaliteit en hun daders; Een literatuur-inventarisatie

2008, O&B 264

Laclé, Z.D., M.J. ter Voert

Trendrapportage Notariaat 2006; Toegankelijkheid, continuïteit en kwaliteit van de dienstverlening

2008, O&B 265

Guiaux, M., A.H. Uiters, H. Wubs, E.M.Th. Beenackers

Uitgenodigde vluchtelingen

2008, O&B 266

Klein Haarhuis, C.M., E. Niemijer

Wet en werkelijkheid; Bevindingen uit evaluaties van wetten

2008, O&B 267

Laan, A.M. van der, L. Vervoorn, C.A. van der Schans, S. Bogaerts

Ik zit vast; Een exploratieve studie naar emotionele verwerking van justitiële vrijheidsbeneming door jongeren

2008, O&B 268 (268a, *Being inside: An explorative study into emotional reactions of juvenile offenders to custody*)

Teeuw, Wouter B., Anton H. Vedder, Bart H.M. Custers, Bärbel R. Dorbeck-Jung, Edward C.C. Faber, Sorin M. Iacob, Bert-Jaap Koops, Ronald E.

Leenes, Henk J.G. de Poot, Arie Rip, Jacques N. Vudisa

Security Applications for Converging Technologies; Impact on the constitutional state and the legal order

2008, O&B 269

Kogel, C.H. de

De hersenen in beeld; Neurobiologisch onderzoek en vraagstukken op het gebied van verklaring, reductie en preventie van criminaliteit

2008, O&B 270

Eggen, A.Th.J., S.N. Kalidien (red.)

Criminaliteit en rechtshandhaving 2007; Ontwikkelingen en samenhangen

2008, O&B 271

Gestel, B. van, m.m.v. R.F. Kouwenberg, M.A. Verhoeven, M.W. Verkuylen

Vastgoed & fout; Een analyse van twaalf strafrechtelijke opsporingsonderzoeken naar illegale en criminele praktijken in de woningsector

2008, O&B 272