

Markt vindt nieuwe mediaregels onduidelijk

Marktpartijen maken zich zorgen over de gevolgen van de Europese richtlijn Audiovisuele mediadiensten. De Nederlandse implementatiewet bevat niet de gewenste duidelijkheid.

MEDIA EN INFORMATIE

Het Amsterdamse advocatenkantoor SOLV peilde onlangs hoe de mediabranche denkt over de nieuwe regels die op haar afkomen. Daarbij borrelde nogal wat ongerustheid op. Zo leeft de vrees dat het toezichtregime van de Mediawet zich uitbreidt van gangbare televisieomroepen naar tal van websites. 'Een begrijpelijke zorg,' zegt advocaat Marieke Neervoort, die het onderzoek uitvoerde. De jurist schat dat een grote hoeveelheid websites – eerder honderden

Europese regels

De richtlijn Audiovisuele mediadiensten is een wijziging van de Televisie zonder grenzen-richtlijn uit 1989. De eerste regels dienden het vrije verkeer van Europese televisieprogramma's, de promotie van Europese producties en de bescherming van bepaalde doelstellingen van algemeen belang, zoals culturele verscheidenheid, de bescherming van minderjarigen en het recht van weerwoord. Na een wijziging in 1997 volgt nu wederom een aanpassing van de wetgeving, die overigens al in 2007 door Brussel is goedgekeurd. Minister Plasterk van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap diende de Nederlandse implementatiewet onlangs in bij de Tweede Kamer. 'Helaas heeft de minister niet de gelegenheid te baat genomen om onduidelijkheden uit de richtlijn te verhelderen in de nationale wetgeving,' zegt advocaat Marieke Neervoort.

dan tientallen' – plotseling te maken krijgt met een regelgevend kader. 'Tot nu toe overheersten vrijheid en blijheid op internet, maar dat zal veranderen.' Oorzaak hiervan zijn de verplichtingen die worden opgelegd aan 'niet-lineaire audiovisuele mediadiensten'. Het gaat daarbij om diensten op aanvraag, waarbij de kijker het tijdstip van afspelel bepaalt.

Grootste probleem

Steeds meer televisieaanbod, al dan niet op internet, vertoont dit kenmerk. Denk bijvoorbeeld aan de diensten op aanvraag die beschikbaar komen via digitale televisie. In hoeverre websites met bewegende beelden eveneens onder de werkingssfeer van de richtlijn gaan vallen, is vooralsnog onzeker, erkent ook Neervoort. 'De onduidelijkheid is het grootste probleem.'

De wet stelt een aantal criteria waaraan moet worden voldaan om onder de werkingssfeer te vallen. 'Zo moet er redactionele verantwoordelijkheid worden uitgeoefend door de aanbieder van de dienst, moet de dienst massamediaal zijn en als hoofddoel het aanbieden van programma's hebben. Ook moet er sprake zijn van een economische activiteit,' schrijft minister Plasterk van Cultuur in de toelichting bij het voorstel. Volgens Neervoort maken marktpartijen zich terecht zorgen over bijvoorbeeld het criterium redactionele verantwoordelijkheid. 'Wat er onder jouw verantwoordelijkheid wordt uitgezonden, valt onder de wet. Dat klinkt leuk, maar waar begint die verantwoordelijkheid? In de richtlijn is al gezegd dat een site als Youtube er niet onder valt, omdat die werkt met "user generated content". Maar wat nu als de beheerder van de site ingezonden filmpjes gaat selecteren of indelen in categorieën? Is de wet dan wel ineens van toepassing?'

Websites

Neervoort denkt dat het nieuwe

regime duidelijkheid moet gelden voor een site als VK.tv, waarop de Volkskrant bewegend beeld brengt. Het ministerie laat desgevraagd weten dat de regels van toepassing zijn op bijvoorbeeld Scholieren.tv, een site met voorlichtingsfilmpjes van opleidingen, beroepen en branches. Ook Filmloop.tv, waar internetuitzendingen van sportevenementen worden verzorgd, zou er onder gaan vallen. De advocaat verwacht dat veel nieuwe mediabedrijven straks tot hun verrassing onder de Mediawet zullen vallen. 'Veel van de initiatiefnemers van dit soort sites zijn helemaal niet bezig met mogelijke wetgeving die eraan komt. Het begint er straks mee dat ze zich moeten aanmelden bij het Commissariaat voor de Media.' Hoewel voor de aanbieders van diensten op aanvraag een lichter regime

in het leven wordt geroepen dan voor de traditionele televisie, zullen ook zij aan bepaalde voorwaarden moeten voldoen. Regels voor het uitzenden van reclame, zoals het beleid voor productplaatsing, gaan ook voor de nieuwe groep gelden. Ook zullen de aanbieders zich moeten conformeren aan de Nederlandse Reclame Code.

Mengvormen

Ook bij de verschillende regimes doen zich overigens weer onduidelijkheden voor. Want de werkelijkheid is niet altijd zwart-wit. In de praktijk zijn er bijvoorbeeld lineaire uitzendingen, waarin diensten op aanvraag verwerkt zitten. Welke regels zijn bij dit soort mengvormen van toepassing? En wat blijft er bij televisie-uitzendingen via internet over van de regel dat reclamebood-

schappen maximaal twaalf minuten per uur mogen duren, als de site waarop wordt uitgezonden, volstaat met reclame?

Al dit soort zaken moeten volgens Neervoort beter worden uitgewerkt om de nieuwe regels te laten werken. 'Ik begrijp best dat de wetgever rekening wil houden met nieuwe technologieën en daarom open normen hanteert, maar de regelgeving moet wel te handhaven zijn.' De advocaat vindt dat de wetgever daarbij zelf aan zet is, en de invulling niet te veel moet overlaten aan het Commissariaat voor de Media. 'Dat lijkt me onwenselijk, want daarop vindt geen parlementaire controle plaats.'

Kamerstuk 2008-2009, 31876, nr. 1, Tweede Kamer

Richard Sandee