



nota

TER ONDERTEKENING
Aan: MOCW en SCM

Reactie op motie-Van der Laan over onderzoek naar
bewerkte advertenties

Media en Creatieve Industrie

Emancipatie

Van

Persoonsgegevens

Datum

10 november 2023

Referentie

42396263

Bijlagen

1

Intern OCW afgestemd

DE, MenC

Aanleiding

Eind 2022 is de motie-Van der Laan (D66) aangenomen over het doen van onderzoek naar het markeren van bewerkte advertenties. De motie werd ingediend tijdens het WGO Emancipatie. De verkenning is uitgevoerd door de directies Media en Creatieve Industrie en Emancipatie.

Geadviseerd besluit

Geadviseerd besluit aan SCM:

- U wordt geadviseerd in te stemmen met de inhoud van de brief; en
- U wordt verzocht de bijgevoegde Kamerbrief te ondertekenen.

Geadviseerd besluit aan MOCW:

- U wordt geadviseerd in te stemmen met de inhoud van de brief; en
- U wordt verzocht de bijgevoegde Kamerbrief te ondertekenen en te versturen aan de Tweede Kamer.

Kernpunten

- De motie gaat over bewerkte advertenties. Bewerkte advertenties kunnen een negatieve impact hebben op het zelfbeeld van jongeren in het algemeen en jonge meiden in het bijzonder.
- Adverteerders in NL moeten zich houden aan de Nederlandse Reclame Code. Die code gaat over verantwoorde reclame. De Reclamecode is er om de consument te beschermen.
- Daarnaast is er een, losse, aanpak die ziet op mediawijsheid. De aanpak voor mediawijsheid gaat over het geheel aan kennis, vaardigheden en mentaliteit die je nodig hebt om je staande te kunnen houden bij een leven in media. Op de informatiewebsite is ruimschoots materiaal beschikbaar over zelfbeeld, de impact van beelden en 'reclamewijsheid'.
- De komende jaren zet het Netwerk in op 'plezier en grip bij een leven in media' (kansen benutten en risico's voorkomen van mediagebruik) en 'digitale balans' (balans tussen mediagebruik en fysieke/mentale gezondheid).
- Hiermee zijn de thema's voldoende ingebed in staand beleid en is een nadere aanpak niet aangewezen.