

EU Kids online

Erika Coene
Attachee studiedienst
Gezinsbond vzw

Leuven, 8 februari 2012



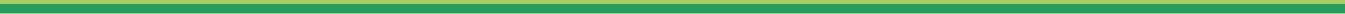
Vaststelling: inschatting ouders \neq realiteit kind



NOODZAAK



informereren
en sensibiliseren
van ouders



Website Veilig Online

samenwerking tussen Gezinsbond en Child Focus

= handige **WEBSITE** voor kinderen/jongeren en ouders



praktische tips

*(aanmaken e-mail-
adres, profiel...)*

filmpjes

opvoedingstips



Vormingsavonden Veilig Online en Cyberpesten

samenwerking tussen Gezinsbond en Child Focus

opgeleide lesgevers



informatief



in dialoog

→ De Gezinsbond houdt zo voeling met de vragen, noden en evoluties binnen de gezinnen



NOOD aan beleidsondersteuning door **LABELS**

WITTE LIJST : voor geschikte websites

→ ingedeeld in leeftijdscategorieën

ZWARTE LIJST: voor ongeschikte websites

→ **GRATIS TOOL** voor ouders!



MEERSPORENBELEID

1. Ouders en gezinnen

2. Onderwijs

→ actieve samenwerking tussen
de verschillende onderwijsnetten
en de VRT



bevorderen **MEDIAWIJSHEID**

De Gezinsbond maakt deel uit van de WG.



Vaststelling:

kinderen en jongeren verkennen Cyberspace via eigen kanalen
(*smartphones, IPod, gameconsoles, tabletcomputers...*)



GEVAREN!

- moeilijk te controleren door de ouders
- bedrijven azen op persoonlijke gegevens → gerichte reclame
- Advergames: grens tussen games en reclame = flinterdun
- ondoordachte aankopen door jongeren



HET BELEID

Hervorming mediadecreet (2009)

→ invoeging afzonderlijke afdeling
om commerciële communicatie
naar kinderen te reguleren

MAAR: waar is de scheidsrechter?



1. Federaal niveau

FOD Economie

naleving wet op de marktpraktijken
oneerlijke en misleidende reclame

ETHIEK?



2. Vlaams niveau

Vlaamse Regulator voor de Media (2006)

- toezicht houden op reclame
- afzonderlijke Kamer voor zaken m.b.t. minderjarigen

MAAR:

- beperkte bevoegdheid tot audiovisuele media dus NIET voor reclame via het internet
- houdt toezicht op omroepen, NIET op reclamemakers



3. De reclamesector

Jury voor Ethische Praktijken (JEP)

- opgericht door Raad voor de Reclame = samengesteld uit beroepsverenigingen in de reclamecommunicatie
- zelfregulering door de sector

Voordelen:

- creëert een forum
- toegankelijk voor consument

Nadelen:

- loutere zelfregulering niet gepast
- werkt ad hoc, niet beleidsondersteunend



**De Gezinsbond roept
dringend het beleid op:**

**LABELLING op websites en
TOEZICHT op reclame !!!**

