



Vlaams
Parlement

ingediend op **254** (2019-2020) – Nr. 1
26 maart 2020 (2019-2020)

Verslag van de hoorzitting

namens de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media
uitgebracht door Karin Brouwers

over de nieuwe beheersovereenkomst
van de Vlaamse Gemeenschap met de VRT
en over de omzetting van de
Europese richtlijn Audiovisuele Mediadiensten

Samenstelling van de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media:

Voorzitter: Elisabeth Meuleman.

Vaste leden:

Cathy Coudyser, Marius Meremans, Freya Perdaens, Wilfried Vandaele, Manuela Van Werde;

Filip Brusselmans, Johan Deckmyn, Klaas Sloomans;

Karin Brouwers, Orry Van de Wauwer;

Steven Coenegrachts, Stephanie D'Hose;

Elisabeth Meuleman, Gustaaf Pelckmans;

Hannes Anaf.

Plaatsvervangers:

Andries Gryffroy, Kathleen Krekels, Philippe Muyters, Kris Van Dijck, Karl Vanlouwe;

Immanuel De Reuse, Jan Laeremans, Ilse Malfroot;

Maike De Rudder, Tinne Rombouts;

Els Ampe, Bart Tommelein;

Tine Van den Brande, Jeremie Vaneeckhout;

Katia Segers.

INHOUD

1. Toelichting	4
1.1. Klasse.....	4
1.2. Meemoo.....	6
1.3. Vlaams Instituut Gezond Leven	8
1.4. Kenniscentrum Mediawijsheid	11
1.5. Vlaamse Interlevensbeschouwelijke Dialoog	14
2. Bespreking.....	155
Gebruikte afkortingen	25
Bijlagen: zie dossierpagina van dit document op www.vlaamsparlement.be	

Op donderdag 20 februari 2020 hield de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media een hoorzitting over de nieuwe beheersovereenkomst van de Vlaamse Gemeenschap met de VRT en over de omzetting van de Europese richtlijn Audiovisuele Mediadiensten.

De presentaties bij de toelichtingen zijn te vinden op de [dossierpagina](#) van dit verslag op www.vlaamsparlement.be.

Bij toepassing van artikel 35, 1, van het Reglement van het Vlaams Parlement, betreffende de hoorzittingen, heeft de commissie daarnaast een schriftelijk standpunt gevraagd aan:

- Vlaams expertisecentrum Alcohol en andere Drugs;
- Vlaamse Stichting Verkeerskunde.

Deze teksten zijn terug te vinden op dezelfde dossierpagina.

1. Toelichting

1.1. Klasse

Hans Vanderspikken, hoofdredacteur van Klasse, stelt Klasse voor als een multimediaal onderwijsmagazine, dat onderwijsprofessionals waardeert, versterkt en verbindt door onafhankelijke, opbouwende journalistiek en herkenbare verhalen en inspirerende praktijkvoorbeelden. Het gebruikt daarvoor een 360°-kanalenstrategie: een website, magazine, nieuwsbrieven, acties, campagnes zoals Leraar van het Jaar, verscheidene sociale media en de lerarenkaart.

Klasse maakt deel uit van de afdeling Communicatie van het Departement Onderwijs. 100 procent van de doelgroep kent het merk Klasse. Jaarlijks zijn er ongeveer 1,5 miljoen unieke bezoekers op de site. Met onderwijsprofessionals worden leraren en directeurs bedoeld, maar ook anderen die professioneel actief zijn in het onderwijsveld. Vroeger communiceerde Klasse ook met jongeren en ouders, maar bij de besparingen van 2014 is dat stopgezet.

Klasse vindt educatie een prioritaire rol voor de VRT. Dat moet zo blijven in de volgende beheersovereenkomst. Wetenschappelijke literatuur gaat ervan uit dat leren in de toekomst steeds meer buiten de school gebeurt. Zowel formele als informele vormen van leren zullen in belang toenemen. De VRT speelt daarin een rol.

In het algemeen waardeert Klasse de brede invulling die de VRT geeft aan haar educatieve en informerende rol, door in haar volledige aanbod burgers iets bij te brengen, te inspireren en te stimuleren: bijvoorbeeld in *Iedereen Beroemd*, *De Madammen* en *Thuis*. De VRT speelt ook een voorbeeldrol in een levenslange leercultuur die ze in tal van programma's kan uitstralen. Ook op het vlak van mediawijsheid neemt de VRT kansen om elke burger te betrekken bij een modern mediaaanbod dat kritische zin stimuleert en in een postwaarheidstijdperk aanzet tot reflectie over de lawine aan informatie.

De VRT heeft de voorbije jaren inspanningen geleverd om haar aanbod te ontsluiten voor het onderwijs. Sterke voorbeelden daarvan zijn KLAAR en de EDUboxen, VRT-nieuws via Instagram, MNM-nieuws, lespakketten, Karrewiet en de Dokter Bea Show. Meemoo, voorheen het VIAA, ontsluit het VRT-archief voor het onderwijsveld. De VRT vertaalt nieuws naar de jongerendoelgroep, geeft duiding bij de actualiteit en tracht in haar bredere aanbod aan te sluiten bij de leefwereld van jongeren. Daarvoor werkt de VRT zowel voor thematische als praktische zaken geregeld samen met partners. Dat is belangrijk om tot een gefundeerd en bruikbaar eindproduct te komen. Voor innoverende projecten die crossmediaal en niet-

lineair zijn, zet de VRT in op nieuwe trends. Ze is volop nieuwe manieren aan het zoeken om verhalen te vertellen en aan te sluiten bij toekomstige behoeften van jongeren. Het is een grote uitdaging om alle jongeren te bereiken met een relevant aanbod op maat.

De VRT heeft een grote maatschappelijk verbindende kracht. Aan initiatieven als STIP IT en De Strafst School is te merken dat de VRT erin slaagt om veel mensen te mobiliseren en een positieve impact te hebben, bijvoorbeeld op pestcijfers. Met Expeditie Onderwijs wil de VRT leraren inspireren met haar aanbod. In workshops en interactieve sessies leert de VRT hen haar aanbod kennen, maar gaat ze ook in interactie met die leraren om behoeften te detecteren. Dat is een sterke manier om de educatieve waarde van de VRT te ontsluiten. Klasse blijft die educatieve rol als een kernopdracht zien en zou het aanbod graag versterkt en uitgebreid zien.

Volgens Klasse zijn er ook nog extra kansen om samen te werken. Zo schakelt de VRT Klasse, waarin ze vooral een communicatiepartner ziet, pas aan het einde van het ontwikkelingsproces in. Dat doet ze daarmee pas net voor de publicatie en distributie via zijn nieuwsbrieven. Als Klasse eerder ingeschakeld wordt, kan zijn expertise in communicatie met leraren meer renderen. Ook ziet Klasse kansen in meer VRT-campagnes over maatschappelijke thema's, zoals polarisering, diversiteit, geestelijke gezondheid en LGBTQ+. De openbare omroep kan ook verder gaan en lesmateriaal ontwikkelen in samenwerking met onderwijsorganisaties. Voor de verspreiding van dat lesmateriaal kan dan worden samengewerkt met CANON Cultuurplet en KlasCement.

Klasse heeft tot doel de brede maatschappij te bereiken, opdat mensen weten wat leeft en beweegt in het onderwijs. Hoewel Klasse zich niet meer richt tot jongeren en ouders, heeft het veel waardevolle content die een breder publiek kan aanspreken. Occasioneel organiseert het acties zoals Leraar van het Jaar of een dossier over zinvol huiswerk. Die krijgen weliswaar aandacht op VRT-kanalen, maar een structurelere samenwerking voor onderwijsgerelateerde onderwerpen kan meer opleveren.

De VRT zou ook content van Klasse kunnen herwerken en aan bod laten komen op haar kanalen of in haar nieuwsbrief voor onderwijs. Een structureel overleg kan leiden tot bredere kennisdeling en samenwerking, niet alleen over de inhoud maar ook over innovatief mediagebruik, zodat de communicatie-expertise kan worden gekoppeld aan allerlei thema's zoals bijvoorbeeld mediawijsheid, schoolmoeheid, laaggeletterdheid en faalangst. Zo kan Klasse de professionaliteit van de leraar nog beter steunen.

Tot slot ziet Klasse nog een rol voor de VRT in het belichten van bepaalde topics. Nu al informeert en inspireert de VRT over actuele onderwijsthema's in haar nieuwskanalen, maar bepaalde onderwerpen verdienen meer aandacht.

Ten eerste denkt Hans Vanderspikken in dat verband aan de waardering van het lerarenberoep. Te weinig mensen willen leraar worden en te veel huidige leraren stromen uit. Jaarlijks zullen er naar schatting zesduizend nieuwe leraren nodig zijn. De VRT kan een partner zijn in het streven naar positieve beeldvorming, zonder de complexe, ook maatschappelijke en sociaal-culturele uitdagingen van het beroep onder de mat te vegen. Klasse organiseert elk jaar een verkiezing van de Leraar van het Jaar. Dan komen uit de vele mooie en inspirerende verhalen de diversiteit van het beroep en de gedrevenheid en betrokkenheid van zijn beoefenaars naar voren. Die positieve verhalen moeten hun weg vinden naar het brede publiek, bijvoorbeeld met een reality- of fictiereeks. Klasse wil daar graag aan meewerken en ziet ook kansen in een samenwerking voor de campagne met betrekking tot die verkiezing van de Leraar van het Jaar.

Een andere interessante topic is het creëren van een levenslange leercultuur, met onder meer voorbeelden van loopbaanontwikkeling. Voorts vraagt Klasse zich af of de VRT geen rol kan spelen in de opvoedingsondersteuning van de ouders, de eerste partners van de leraren, bijvoorbeeld op gebied van mediawijsheid, sociaal-emotionele begeleiding en burgerzin.

Andere onderwerpen die de aandacht van de VRT in de komende jaren verdienen, zijn onder meer:

- diversiteit in de klas en lerarenkamer;
- opwaardering van technisch en beroepssecundair onderwijs;
- STEM-beroepen;
- ondernemende jongeren;
- specifieke onderwijsbehoeften;
- deeltijds kunstonderwijs;
- mediawijsheid en informatiegeletterdheid;
- inclusie;
- psychische gezondheid;
- aandacht voor taal;
- preventie van polarisering en radicalisering;
- cultureel bewustzijn;
- digitalisering;
- kinderarmoede.

Voor veel van die actuele thema's kan de VRT specifieke inhoud en aanbieden, liefst in samenwerking en cocreatie met sterke partners in onderwijs, en met Klasse in het bijzonder als expert in die doelgroepencommunicatie.

1.2. Meemoo

Directeur *Nico Verplancke* legt uit dat meemoo, het Vlaams Instituut voor het Archief, de nieuwe naam is van zowel VIAA, Lukas en Packed. De missie is samen met 157 partners uit cultuur, media en overheid het verleden tot leven brengen en het klaar te maken voor morgen. Het instituut digitaliseert, zorgt voor digitale opslag en maakt die toegankelijk en bruikbaar. Het heeft daarnaast een kenniswerking, namelijk het ondersteunen van digitale archiefwerking in de praktijk. Terzijde meldt de spreker dat ook de opname van deze commissiezitting voor eeuwig bewaard zal worden.

De samenwerking met de VRT gaat breder dan enkel Het Archief voor Onderwijs. Ze is gestart in 2013 met de digitalisering van het VRT-archief. Vandaag zijn al meer dan 280.000 dragers gedigitaliseerd. De volledige filmcollectie van de VRT wordt geregistreerd. Ondertussen is de digitale kopie van het VRT-archief klaar. Nu wordt bekeken hoe de opslaginfrastructuur kan worden vereenvoudigd. Het VRT-archief is sinds vorig jaar publiek doorzoekbaar via Het Archief.be. Tot slot benadrukt Nico Verplancke de waarde van het VRT-archief voor onderwijs. De beheersovereenkomst biedt de gelegenheid om de waarde van de digitalisering en de samenwerking tussen meemoo en de VRT te verankeren.

Leen De Bruyn, projectmanager Onderwijs van meemoo, wijst erop dat het instituut over een onlinebeeldbank beschikt die leerkrachten gratis toegang biedt tot uniek Vlaams audiovisueel materiaal. Dat materiaal wordt geselecteerd door en voor leerkrachten op basis van eindtermen en leerplandoelen. Via annotatie met leerobjectmetadata kunnen leerkrachten vlot zoeken en filteren op onder andere vak en graad.

Niet alleen leerkrachten die les geven in erkende Vlaamse onderwijsinstellingen, krijgen toegang tot de beeldbank. Hetzelfde geldt immers voor de leerkrachten in wording, de studenten van de Vlaamse lerarenopleiding.

Dit jaar komt er een vernieuwd platform voor onderwijs, waartoe ook leerlingen van het secundaire onderwijs toegang zullen hebben. Momenteel zijn er 67.621 gebruikersaccounts, waarvan 70 procent lesgevers en 30 procent leerkrachten in opleiding. De 19.000 items zijn vooral beeldfragmenten die zijn geannoteerd en gecontextualiseerd voor onderwijs. Dat aanbod komt van 33 archieven. Naast het VRT-archief gaat het om die van DPG Media, SBS, de regionale omroepen en elf culturele organisaties, en om tien stads- en andere archieven.

Bij de ontwikkeling van het platform worden zowel de leveranciers, de onderwijs-stakeholders als de eindgebruikers betrokken. Dat gebeurt via partnerevenementen, enquêtes, focusgroepen en cocreatiesessies. De leerkracht is de spilfiguur. Hij bepaalt hoe het platform evolueert en welke content erop staat. Meemoo volgt de evoluties van onderwijsvernieuwing, zowel voor het doorzoekbaar maken van het platform als voor de selectie van het materiaal. De recentste evolutie zijn de sleutelcompetenties.

De samenwerking met de VRT situeert zich in de eerste plaats op het vlak van beeldresearch. De openbare omroep heeft een rijk archief. Dat zomaar toegankelijk maken voor leerkrachten, is onmogelijk, daar die geen uren de tijd hebben om een filmpje te vinden dat bij hun les past. Meemoo doet dus de selectie zelf, op basis van eindtermen en leerplandoelen. Het heeft daarvoor een succesvolle methodologie ontwikkeld die de vakexpertise van – onder andere gedetacheerde – leerkrachten, bij de expertise van de collectiebeheerders en de archivariissen voegt. Zij halen uit het archief de parels die relevant zijn voor de leerkracht. Die worden dan geannoteerd met leerobjectmetadata, gecontextualiseerd in direct inzetbare collecties, en aangeboden op het platform.

Een tweede vorm van samenwerking is expertise-uitwisseling. Meemoo helpt de VRT om de doelgroep onderwijs te bereiken. Het ondersteunt de VRT ook didactisch voor verdieping en differentiatie, met lesmappen en collecties zoals Uitgeklaard. Voorts werken meemoo en VRT samen aan de EDUboxen. Meemoo adviseert bij VRT Sandbox en werkt mee aan evenementen om leerkrachten te informeren over het aanbod van de VRT, zoals Expeditie Onderwijs.

Een derde vorm van samenwerking is KLAAR. VRT NWS maakt wekelijks twee korte afleveringen van ongeveer anderhalve minuut over actuele onderwerpen, met duiding voor de eerste en de tweede graad van het secundair onderwijs. Die twaalf-tot zestienjarigen vielen voordien uit de boot, aangezien Karrewiet bedoeld is voor het lager onderwijs en het gewone journaal nog te complex is. De KLAAR-afleveringen worden verspreid via Het Archief voor Onderwijs, nieuwsberichten en Smartschool, een van de grootste leeromgevingen in het secundaire onderwijs. Als voorbeeld vermeldt Leen De Bruyn een KLAAR tegen onlinepesten, in het kader van de week tegen pesten.

Bij elke KLAAR-uitzending maakt meemoo een verdiepende collectie – Uitgeklaard – waarmee de leerkracht onmiddellijk in de klas aan de slag kan. Een voorbeeld hiervan is een verruimende collectie over haat op het internet.

Een laatste wijze van samenwerking is Nieuws in de Klas, een samenwerking tussen onder andere Mediawijs, Media.21, WE MEDIA, VRT NWS en Het Archief voor Onderwijs. Doel is leerlingen stimuleren tot het lezen en bekijken van nieuws. Op de website staan ook links naar beeldmateriaal van de VRT, onder andere journaal-uitzendingen en afleveringen van Karrewiet, Pano en Koppen.

De spreker vat dan de suggesties voor de toekomst samen met de vier c's: continuering, content, competenties en coöperaties.

Ten eerste zou meemoo de huidige samenwerkingen graag voortgezet zien. Door de wisselwerking tussen leerkracht en archivaris worden pareltjes uit het archief gehaald. Leerkrachten maken daarvan dankbaar gebruik. Ook de expertise-uitwisselingen en de innovatieprojecten in onder andere Sandbox leiden tot nieuwe inzichten en nieuwe samenwerkingsvormen. Bestaande initiatieven als KLAAR en Nieuws in de Klas worden vaak gebruikt door leerkrachten.

Voorts ziet meemoo wel wat in meer content op maat voor de klas, gemaakt door de VRT. Leerkrachten hebben immers een grote behoefte aan uitlegbronnen, zeker voor jongere leerlingen. Het succes van KLAAR bewijst dat. Daarin wordt uitgelegd wat een bitcoin is, wat klimaatopwarming is en dergelijke zaken. Meemoo zou het zinvol vinden de onderwerpen van KLAAR te laten passen in de eindtermen en leerplandoelen. Het Archief voor Onderwijs kan daaraan meewerken, gezien zijn didactische expertise en omdat het bijvoorbeeld weet welke onderwerpen in welke graden behandeld worden.

Een derde optie is competenties bijbrengen. De onderwijsvernieuwing is al doorgevoerd in de eerste graad, maar zal ook in de tweede en derde graad doorgezet worden en later ook in het lager onderwijs. Daardoor staan zestien sleutelcompetenties centraal, waaronder mediawijsheid en de ontwikkeling van digitale vaardigheden. Een efficiënte methode om die te verwerven, is leerlingen zelf met het materiaal te laten werken, naar analogie van het bestaande project Actief met Archief. Dat project laat leerlingen beeldfragmenten van de VRT opnieuw monteren. Dat brengt hun inzicht in de werking van de media, maar ook beeldgeletterdheid bij.

Ook voor de andere sleutelcompetenties is een groter aanbod nodig. Leerkrachten zijn immers op zoek naar inspiratie en tips. Ze vragen van Het Archief voor Onderwijs beelden over financiële competenties, STEM, duurzaamheid, radicalisering en polarisering, en cultureel bewustzijn. Meemoo ziet kansen om samen met de VRT ook daarvoor onderwijscontent aan te leveren.

Meemoo gelooft sterk in projecten waaraan partners meewerken die elkaar completeren. Het Archief voor Onderwijs en de VRT werkten samen met de volgende partners:

- Mediawijs voor de projectpagina over mediawijsheid en beeldgeletterdheid;
- CANON Cultuurcel voor de projectpagina over cultureel bewustzijn en cultuur in de spiegel;
- Bijzonder Comité voor Herinneringseducatie voor de projectpagina over herinneringseducatie en burgerschap;
- KANTL voor collecties van alle grote auteurs uit de literaire canon van de Nederlandse literatuur.

Meer van dergelijke samenwerkingen acht meemoo zinvol via bijvoorbeeld de EDUboxen en projectpagina's over ondernemingszin, STEM, duurzaamheid enzo voort.

1.3. Vlaams Instituut Gezond Leven

Leen Van Brussel, stafmedewerker Algemene gezondheidsbevordering, geeft eerst mee dat de visie die ze namens haar eigen organisatie VIGL naar voren zal brengen over de educatieve opdracht van de VRT op het vlak van gezondheidsbevordering, ook input bevat van het Vlaams expertisecentrum Alcohol en andere Drugs. Het VIGL is een partnerorganisatie van de Vlaamse overheid met als opdracht bij te dragen tot de gezondheidsdoelstelling om tegen 2025 gezonder te leven wat betreft voeding, sedentair gedrag, lichaamsbeweging, tabak, alcohol en drugs. Het instituut werkt daartoe samen met enkele andere organisaties, waarmee het de sector van de preventieve gezondheidszorg in Vlaanderen vormt.

Het instituut tracht die opdracht waar te maken door inzet op twee sporen:

- de bevolking via allerlei methodes motiveren tot een gezonde levensstijl;
- bijdragen tot een gezonde en gezondheidsbevorderende omgeving, waar de gezonde keuze de meest evidente is.

Het hanteert daarbij het gezondheidsmodel van Lalonde. Dat stelt dat gezondheid bepaald wordt door vier grote clusters van factoren:

- de biologische factor;
- de gezondheidsvoorzieningen, met onder meer hun toegankelijkheid;
- de leefstijlfactoren als eten, bewegen enzovoort;
- de omgevingsfactoren, met fysieke factoren als de kwaliteit van de fietspaden, economische factoren als de betaalbaarheid van gezonde voeding, politieke factoren als het wettelijke kader voor de verkoop van sigaretten en alcohol, en sociaal-culturele factoren.

Bij de laatstgenoemde factoren komen de media in beeld. Media maken immers deel uit van een sociaal-culturele omgeving die een invloed uitoefent op gezondheid, zij het op een indirecte manier door het publiek van kennis te voorzien, thema's als mentale en seksuele gezondheid bespreekbaar te maken of te werken aan een gezonde sociale norm door gezond gedrag te normaliseren.

De invloed van media is dan wel indirect maar gebeurt op allerlei manieren. Het instituut ziet nog wel wat mogelijkheden voor de VRT om haar invloed te vergroten en zo op een positieve manier bij te dragen tot de gezondheid van de Vlaming. Ze kan dat door met verschillende strategieën verschillende gezondheidsthema's en gezondheidsproblemen in verschillende genres aan bod te laten komen.

De VRT zet daar al wat strategieën voor in maar er is groeimarge. De eerste en meest evidente strategie is het publiek op een correcte manier informeren op basis van 'evidence informed' expertise.

Een tweede strategie is het publiek sensibiliseren voor bepaalde thema's zoals mentale gezondheid en burn-outpreventie.

Een derde strategie is het publiek motiveren en activeren om gezonde leefstijlkeuzes te maken, bijvoorbeeld aan de hand van campagnes en van boodschappen van algemeen nut over gezonde voeding.

Een vierde strategie is nudging, het publiek subtiel een duwtje in de rug geven in de richting van het gezonde gedrag, bijvoorbeeld door het gezonde alternatief meer zichtbaar te maken en als aantrekkelijker voor te stellen. Bij talkshows water drinken in plaats van alcohol is daarvan een uiting.

Een vijfde strategie verloopt via edutainment, het inbouwen van minder of meer expliciete educatieve boodschappen in ontspanningsprogramma's zoals Biba en Loeba op Ketnet.

Een laatste strategie is counterframing van het dominante individuele verantwoordelijkheidsframe waarin gezondheid vooral bepaald wordt door het individu en zijn keuzes. Dat idee kan worden uitgedaagd door zichtbaar te maken welke omgevingsfactoren een grote gezondheidsimpact hebben, bijvoorbeeld slechte huisvesting.

De VRT moet blijven inzetten op thema's waar al grote stappen gezet zijn, zoals de denormalisering van roken – zonder evenwel rokers te stigmatiseren. Daarnaast kan ze ook nieuwe gevechten voeren, dus over thema's waarvan er nog veel minder bewustwording is, zoals het belang van beweging en zitonderbreking. Het gaat dan breder dan sport, namelijk beweging in een dagelijkse context, thuis, op het werk en onderweg.

Een ander thema is schermtijd, met sensibilisering erover maar ook televisieformats die het publiek activeren zoals Biba en Loeba voor kinderen doet.

Het instituut pleit voorts voor een strikter regulerend kader voor gokreclame, waarover de VRT ook kan sensibiliseren. Een laatste thema is de impact van omgeving op gezondheid.

De VRT kan ten eerste het genre van ontspanning en fictie inschakelen. Dat genre bereikt groepen die minder vatbaar zijn voor de klassieke gezondheidseducatieve boodschappen. Net zij vormen de maatschappelijk kwetsbare groepen, die vaker en zwaarder getroffen worden door gezondheidsproblemen. Het genre leent zich bovendien goed voor bewustwording, ook over moeilijk bespreekbare thema's, zoals de verhaallijn in Thuis over sekswerkers. Ontspanning en fictie zijn ook geschikt voor het beïnvloeden van de sociale norm opdat gezonde voeding, kleinere porties, veilig vrijen, condoomgebruik en dergelijke genormaliseerd worden. Tot slot hebben ontspanning en fictie een groot potentieel om de mentale en sociale dimensie van gezondheid weer te geven en te bevorderen. Zo kaart Gentbrugge het belang van de sociale cohesie aan.

De VRT doet in fictie en ontspanning al heel wat van voornoemde zaken, maar kan nog wat meer aandacht geven aan nieuwere thema's zoals sedentair gedrag en zitonderbreking, bijvoorbeeld met zit-stabureaus of rechtstaand vergaderen in fictiereeksen.

Ze kan ten tweede meer aandacht geven aan de moeilijke weg naar gedragsverandering. Elke vorm van ongezond gedrag van het scherm bannen, staat echter haaks op een inclusieve representatie. Het instituut vraagt de VRT in beeld te brengen hoe moeilijk maar toch haalbaar het is om gezond gedrag na te streven. 'Vandaag over een Jaar' bracht de moeilijkheden in beeld van Tomas De Soete in zijn pogingen om te stoppen met roken. Uit wetenschappelijke literatuur blijkt dat dergelijke verhalen mensen kunnen inspireren.

Een derde suggestie is het meer zichtbaar maken van de impact van omgeving op gezondheid, zoals de impact van huisvesting. Dat kan in de marge van een fictieprogramma aan bod komen zonder dat het een centrale verhaallijn is.

Het instituut wil graag de mogelijkheden onderzocht zien van pictogrammen in een kijkwijzer voor minderjarigen, waarbij naast voor geweld ook gewaarschuwd wordt voor bijvoorbeeld rookscènes. In lijn daarmee kunnen dan thematische preventieboodschappen, bijvoorbeeld antirookboodschappen en doorverwijzing naar thematische hulpbronnen zoals tabakologen, in beeld gebracht worden na fictie met rookscènes.

Een tweede genre waar het VIGL potentieel in ziet als belangrijke bron van informatie over gezondheid, is dat van actualiteit en duiding. Dergelijke programma's hebben immers een impact op de publieke agenda en het maatschappelijke debat. Ze spelen een rol in het versterken of uitdagen van – dominante – denkkaders over gezondheid. De VRT zou in het nieuws en in duidingsprogramma's nog meer aandacht kunnen besteden aan preventie en preventiemethodieken. Preventie werkt en betaalt zichzelf terug, maar is, in tegenstelling tot een nieuw medicijn, niet altijd mediageniek. Het komt er dus op aan preventie mediagenieker te maken en opnieuw het individuele verantwoordelijkheidsframe uit te dagen aan de hand van kritische onderzoeksjournalistiek, en zo de maatschappelijke verantwoordelijkheid voor gezondheid in de verf zetten. De Panoreportage over de gokindustrie draagt bij tot het uitdagen van dat individuele verantwoordelijkheidsframe en legt de nadruk op andere factoren die de gezondheid beïnvloeden.

Het derde genre behelst de commerciële communicatie en boodschappen van algemeen nut. Er is al een goed regelgevend kader, maar het instituut ziet nog enkele mogelijkheden, zoals gezond productplacement, bijvoorbeeld de tienduizendstappenmethode in Thuis. Ook de timing van de commerciële communicatie is relevant. Zo is het zaak gesponsorde boodschappen over alcohol te vermijden na een reportage over psychische kwetsbaarheid. Zoals gezegd vraagt het instituut een strikter regulerend kader voor gokreclame. Eigenlijk vraagt het een verbod van dergelijke reclame, zoals de gesponsorde reclame voor Napoleongames op VRT NU. Voorts is het zaak om tegenstrijdige boodschappen van algemeen nut te vermijden, zoals boodschappen voor meer of juist minder vleesconsumptie. Ook is er aandacht nodig voor de commerciële communicatie via eigen socialemediakanalen van VRT-medewerkers, zoals de VRT-rapper die op Instagram gesponsord wordt om een T-shirt van Coca-Cola te dragen. Dat is voer voor een ethische code.

De VRT en de sector preventieve gezondheidszorg kunnen elkaar versterken om gezondheidswinst te boeken voor alle Vlamingen. De sector preventieve gezondheidszorg kan de VRT expertise bieden voor haar brede educatieve en maatschappelijke opdracht over gezondheid. De VRT kan de sector preventieve gezondheidszorg en zijn missie van gezondheidswinst voor alle Vlamingen versterken door een platform met een breed bereik te bieden.

In de beheersovereenkomst kunnen die vereisten wat explicieter geformuleerd worden:

- breng correcte en niet-tegenstrijdige gezondheidsinformatie;
- vermijd commerciële communicatie voor producten die schadelijk zijn voor de gezondheid;
- besteed aandacht aan gezonde keuzes in courante en nieuwe thema's, zowel in ontspanning als in duiding;
- maak het publiek bewust van de impact van omgevingsfactoren op gezondheid.

1.4. Kenniscentrum Mediawijsheid

Andy Demeulenaere, algemeen coördinator van Mediawijs.be, geeft eerst mee dat Mediawijs, het Vlaams Kenniscentrum Digitale en Mediawijsheid, sinds 2013 bestaat.

Overigens is de term mediawijsheid niet vervangen door mediageletterdheid, ten eerste ter wille van de uniformiteit in het hele Nederlandse taalgebied en ten tweede omdat geletterdheid zich te zeer beperkt tot lezen en schrijven, zonder dat de kritische zin daarin vervat zit.

Het kenniscentrum is Vlaams omdat de Vlaamse overheid het subsidieert. Mediawijs is een kenniscentrum omdat onderzoek en beste praktijken centraal staan om het veld te ondersteunen en het publiek te bereiken.

Digitale en mediawijsheid zijn twee zijden van dezelfde medaille. Studies wijzen uit dat het louter bijbrengen van digitale vaardigheden de kwetsbaarheid van sociaal kwetsbare mensen alleen maar vergroot, tenzij er creatieve, kritische en sociale vaardigheden aan gekoppeld worden. Omgekeerd is er in 'the age of converging media' geen mediawijsheid zonder digitale wijsheid.

De AVMD-richtlijn bevat enkele belangrijke artikelen, zoals artikel 6 over de bescherming van minderjarigen. Eigenlijk houdt dat artikel in dat niet alleen de omroepen maar ook de distributeurs een vorm van leeftijdscontrole moeten toepassen. Er is uitdrukkelijk vermeld dat leeftijdsrestricties ook gelden voor niet-lineair kijken. De distributeurs hanteren daarvoor al enkele technieken. Het bevestigt de spreker ten eerste hoe dat bij de nieuwe Vlaamse streamingdienst zal verlopen. Het is zaak de ouders goed te informeren over het bestaan en het gebruik

van die technieken. Kinderen en jongeren zijn meer dan handig in het omzeilen van regeltjes en technieken die ouders goed denken te beheersen. Er is dus een facet mediaopvoeding mee verbonden.

De algemeen coördinator herinnert eraan dat Luc Van den Brande er als minister-president steeds voor heeft gepleit dat Vlaanderen zijn bevoegdheden zou maximaliseren. Mediawijs vraagt om dat ook te doen bij de omzetting van de AVMD-richtlijn in het Mediadecreet. De toepassing van de Algemene Verordening Gegevensbescherming over de persoonsgegevens legt al flink wat restricties op, maar ook de AVMD-richtlijn stelt duidelijk dat de audiovisuele media persoonsgegevens van minderjarigen niet mogen gebruiken voor commerciële doeleinden.

De Kijkwijzer is er voor bioscoopfilms, maar niet voor films op televisie, dvd en streamingdiensten. Het Mediadecreet bevat op dat vlak al een bepaling waaraan de Vlaamse Regering een besluit zou kunnen koppelen en zo televisieprogramma's leeftijds- of andere aanduidingen kan opleggen. De Vlaamse Regering heeft dat echter tot dusver verzuimd. De AVMD-richtlijn verwacht nu dat de regering wel optreedt. Er staat ook duidelijk 'coregulering' en niet 'zelfregulering'.

Het logo voor productplaatsing – twee P's in een cirkel – in beeld brengen heeft maar zin als iedereen dat logo kent, wat echter niet het geval is. Te vermijden is dat hetzelfde zou gelden voor de Kijkwijzer en – al dan niet – andere symbolen voor televisie en onlinevideoplatformen. Dat internationale symbolen van de Kijkwijzer zijn nu enkel verplicht voor bioscoopfilms, maar het is logisch om ze technologie- en contentneutraal te veralgemenen, tenzij Vlaanderen samen met Wallonië en de GGC bij de evaluatie na een jaar zou beslissen om een ander systeem te gebruiken voor bioscopen. Het is moeilijk mediawijsheid bij te brengen als er veel verschillende systemen zijn.

De verschillende omroepen werken samen aan één systeem van leeftijdsaanduiding. Dat is niet conform de richtlijn, want geen vorm van coregulering. Mediawijs pleit voor extra informatie, naar analogie van de CommonSenseMedia.org, dat in de Verenigde Staten en sinds kort ook het Verenigd Koninkrijk en Italië een grote databank heeft van apps, films en televisieseries, met naast de leeftijdsaanduiding ook appreciaties van kinderen en ouders. Ouders krijgen dan bijvoorbeeld advies over halloweenfilms die kleuters geen nachtmerries geven. Ook in Vlaanderen zijn er al spelers met dergelijke informatiesystemen zoals JEF, Cultuurconnect, LINC vzw en Mediawijs met bijvoorbeeld de bibliotheekcatalogus en de Pluizercatalogus. Zij kunnen helpen bijkomende Vlaamse versies te maken.

Het mag niet de bedoeling zijn de bepalingen over commerciële communicatie en content in programma's nog verder te verlichten. Het Mediadecreet bevat immers enkele bepalingen die niet in de AVMD-richtlijn staan. Zo mogen kinderprogramma's hier niet onderbroken worden voor reclame. Reclame tussen kinderprogramma's is ondertussen wel weer toegestaan. Voor Mediawijs moet die reclame gekoppeld zijn aan effectieve investeringen in Vlaamse content voor kinderen. Op commerciële kanalen voor kinderen zijn de Vlaamse programma's immers voorsnog beperkt.

Het is verboden data van kinderen te gebruiken voor reclame. Logischerwijze moet dan ook gepersonaliseerde reclame in de buurt van kinderprogramma's verboden worden. Andy Demeulenaere klaagt aan dat een zender als CAZ, die zich richt op volwassen mannen, ervan uitgaat dat hij zich niet hoeft te houden aan de uren van voor kinderen beperkte inhoud. Daardoor zendt hij bingewatchsessies van Game of Thrones overdag uit.

De SARC is een grote voorstander van co- en zelfregulering. Ook Mediawijs is voorstander, maar dan vooral van coregulering. In de vertaalde overweging 13 van de AVMD staat dat een 'achtervangregeling' een belangrijke succesfactor is. Hoewel

de juiste betekenis van die term aan de vertaler gevraagd moet worden, is het duidelijk dat een zelfreguleringssysteem enkel als bijzonder effectief beschouwd wordt als er een regulerend kader achter zit. Van even groot belang is dat de overheid de effectiviteit van dergelijke gedragscodes geregeld controleert.

Bepaalde aspecten vallen moeilijk te reguleren. Haatspraak en polarisering zijn moeilijk tegen te gaan, zeker op videoplatformen en dergelijke. Het probleem is de afbakening van de zaken waartegen moet worden opgetreden, naast de echt illegale content natuurlijk. Vaak vallen onlineplatformen niet onder de Vlaamse bevoegdheid. Mediawijs pleit om de VRM voldoende armslag te geven opdat hij zaken kan doorspelen aan andere Europese regulatoren en druk kan uitoefenen om elders de juiste regelgeving op te bouwen.

De spreker roemt de klachtenprocedure bij de JEP, waar een eenvoudige online-indiening volstaat. Bij de VRM daarentegen moet een klager zich legitimeren met zijn eID of een aangetekende brief sturen, wat niet laagdrempelig is. Ook bij de Raad voor Journalistiek kan er een klacht worden ingediend, maar die is dan weer alleen ontvankelijk als de klager partij is in het geschil en dus zelf schade heeft ondervonden. Dergelijke clausules beperken de klachtmogelijkheden bij zelf-, co- en zelfs officiële regulering.

De SARC heeft geadviseerd dat politieke televisiereclame principieel mogelijk moet zijn omdat er nu geen gelijk speelveld is met de onlinereclame. Tegelijk verklaren zowel JEP als VRM zich niet bevoegd voor klachten over politieke reclame. Misschien is het omgekeerde een optie: een betere regulering van de politieke reclame online.

De bepalingen over mediawijsheid in de AVMD-richtlijn roepen toch wel wat vragen op. Omdat er telkens nieuwe fenomenen opduiken, zal mediawijsheid een belangrijk beleidsthema blijven. Ook de Europese regelgever is die mening toegedaan en heeft daarom mediawijsheid opgenomen in de richtlijn. Op 16 december 2008 nam het Europees Parlement een resolutie aan over mediageletterdheid in de digitale wereld. In 2012 wijdde de Vlaamse Regering er een conceptnota aan (*Parl.St.* VI.Parl. 2011-12, nr. 1690/1) en in 2013 kwam er een kenniscentrum. Misschien is de tijd rijp voor een decretaal kader. Ook het Rekenhof vraagt om het nut daarvan na te gaan. Mediawijsheid staat in de eindtermen van het secundair onderwijs. Voor het basisonderwijs staat in het regeerakkoord (*Parl.St.* VI.Parl. 2019-20, nr. 31/1) en de beleidsnota Onderwijs van minister Ben Weyts (*Parl.St.* VI.Parl. 2019-20, nr. 129/1) echter wel technologie vermeld, maar niet digitalisering en mediawijsheid.

Mediawijs gaat ervan uit dat de conceptnota van 2012 nog altijd als een leidraad voor de omzetting van de richtlijn kan dienen. In landen en streken die snel veel aandacht voor media-educatie hadden, wordt mediawijsheid vaak gedefinieerd in termen van onderwijs en massamedia. Vlaanderen is, door de wet van de versnellende achterstand, een van de meest vooruitstrevende landen op dit vlak. Misschien geldt dat niet zozeer in de diepte, maar in de invulling is het wel zo. Vlaanderen beperkt mediawijsheid niet tot onderwijs en kinderen. Net vijftigplussers blijken trouwens het meest geneigd fake news te delen.

De AVMD verwacht actie van de omroepen, dus ook van de VRT. Bij een publieksenquête kwam op de vrij neutrale vraag of de VRT kwaliteitsvol en gezond sporten moet stimuleren, van slechts 54 procent van de respondenten een bevestigend antwoord; kon het 27 procent niet schelen; had 5 tot 6 procent er geen mening over; en zei 12 procent neen. Op de vraag of de VRT de Vlaming moet helpen om nepnieuws en bewust misleidende informatie te herkennen, antwoordt 82 procent ja. De vragen of de VRT de Vlaming moet helpen om de gevaren van media en mediatechnologie te herkennen en ermee om te gaan, en of ze kinderen veilig de

weg moet wijzen op het internet, vervolledigen de top drie van de hoogste ja-percentages.

Mediawijs voelt zich hierdoor in zijn mening gesterkt dat de VRT in haar informatieve rol een voorbeeldfunctie te spelen heeft. Eigenlijk is het een 'soft law'-instelling op vlak van journalistiek, maar ook in het activeren van allerlei productiehuisen. Daarin is haar rol die van een mini-VAF.

Ook in haar reclamebeleid heeft de VRT een voorbeeldfunctie te vervullen. Het is bijvoorbeeld onbegrijpelijk dat ze bij voetbalwedstrijden gokreclame uitzendt.

De educatieve functie kan tot uiting komen in de programmering, maar het is belangrijk dat onderwijs en mediawijsheid expliciet vermeld worden.

De VRT is als een huis met vele kamers, waarvan sommige op slot zijn en enkel de mensen die er werken, de sleutel hebben. Zelfs de huisbewaarder heeft niet alle sleutels. Uit de verschillende projecten van Mediawijs met de VRT, zoals de Schaal van M, de EDUboxen en Nieuws in de Klas, blijkt dat sommige diensten wel de vereiste open houding ten opzichte van samenwerking hebben.

Mediawijs ziet de VRT meer als een netwerkorganisatie dan als een instelling. Het thema van mediawijsheid moet breder opgevat worden, dus niet enkel in het Nieuws en Ketnet, en zich richten tot meer doelgroepen. De VRT is meer dan een omroeporganisatie die audiovisuele en auditieve content produceert. Ze is een 360°-mediaorganisatie. Ze moet ervoor zorgen dat belangrijke informatie op elke manier tot bij de Vlaming geraakt.

1.5. Vlaamse Interlevensbeschouwelijke Dialoog

Freddy Mortier, voorzitter van deMens.nu, spreekt namens alle levensbeschouwelijke organisaties. De spreker legt uit dat de VILD een overlegorgaan is van vertegenwoordigers van de erkende levensbeschouwingen over allerlei aspecten van beleid en samenleven. De erkende levensbeschouwingen zijn: respectievelijk de katholieke, protestantse, israëlitische, anglicaanse, orthodoxe en islamitische erediensten, en het vrijzinnig humanisme. De VILD is opgericht in 2014. Op 2 juni 2017 hebben de leden een charter ondertekend en is het een overlegplatform geworden tussen de erkende levensbeschouwingen en de Vlaamse overheid.

In het huidige regeerakkoord staat dat de regering met de VILD de dialoog zal aangaan om de diversiteit in al haar facetten aanvaardbaar en bespreekbaar te maken. In een steeds diversere samenleving acht de Vlaamse Regering het cruciaal dat de verworvenheden en het draagvlak daarvoor beschermd worden.

In dat laatste voornemen ziet de VILD voor zichzelf een rol die past in de educatieve functie van de VRT: zorgen voor draagvlak voor waarden die aan de basis liggen van de rechtsstaat. Levensbeschouwingen zijn waardevol in onze samenlevingen. Ze zijn zingevend voor individuen maar dragen ook bij tot gemeenschapsvorming. Vlaanderen kent welstand, maar ook problemen als vereenzaming en armoede. Geïnspireerd door levensbeschouwing geven vrijwilligers en professionals het beste van zichzelf in tal van organisaties, en bouwen ze zo mee aan een meer verbonden samenleving. De rol van de levensbeschouwing staat in de huidige beheersovereenkomst terecht onder de noemer geïnformeerd burgerschap.

Wie besef heeft van rechtvaardigheid en de gelijkwaardigheid van mensen, ziet de noodzaak van solidariteit in. De levensbeschouwingen hebben de afgelopen twee jaar heel wat onderwerpen op de agenda geplaatst, onder meer vluchtelingen en armoede. De VILD zal daar blijven aandacht voor vragen, ook in de educatieve programma's van de VRT. De VILD wil graag betrokken worden in programma's – in het

bijzonder discussieprogramma's – over armoede en armoedebestrijding, asiel, huisvesting en integratie.

Een tweede thema is de erkenning van de plaatselijke geloofsgemeenschappen en het overleg met de beleidsniveaus over de levensbeschouwelijke gemeenschappen. Geregeld blijkt dat de gemiddelde kijker of luisteraar weinig kennis heeft van de formele overlegstructuren die sinds de negentiende eeuw op verschillende niveaus in het leven geroepen zijn door de burgerlijke overheden: op federaal, gemeentelijk, provinciaal en gewestelijk niveau. De VILD denkt dat de burger beter moet weten hoe de levensbeschouwelijke gemeenschappen in het politieke bestel passen.

Als het in de media gaat over de interlevensbeschouwelijke dialoog, moeten de levensbeschouwingen zelf meer aan het woord komen. De samenleving en – volgens het regeerakkoord – de Vlaamse overheid hechten waarde aan de permanente mogelijkheid tot dialoog en debat tussen gelijkwaardige partners. Dan moeten de levensbeschouwelijke partners ook gehoord worden.

In het recente radio- en televisieaanbod over levensbeschouwelijke of godsdienstige thema's herkenden de levensbeschouwingen zichzelf vaak niet meer. Ofwel bleek het levensbeschouwelijke aspect ondergesneeuwd, ofwel waren sommige facetten, in het bijzonder die over geweld, uitvergroet. Zo iets geeft een vertekend beeld. Daarom is het aangewezen dat levensbeschouwingen zichzelf opnieuw voldoende kunnen representeren op de VRT. Voorheen konden ze dat wel in duidingsprogramma's.

VILD vraagt voldoende verdiepende uitzendingen over religie en levensbeschouwing, opdat mensen kunnen begrijpen wat de leden van die gemeenschappen denken, doen en belangrijk vinden. Ze vragen ook het behoud van de uitzendingen op zondag.

Voorts vraagt Freddy Mortier dat de VRT-nieuwsdienst regelmatig in content geïntegreerde aandacht zou schenken aan religie en levensbeschouwing, en dan niet alleen in negatieve maar ook in positieve zin.

Ten derde vraagt de VILD dat de levensbeschouwingen ook zelf vaker aan het woord komen over levensbeschouwelijke kwesties. Bijna standaard worden daarover dezelfde mensen uitgenodigd. De VILD is bereid om de VRT een referentielijst van preferentiepersonen per levensbeschouwing te geven.

Ten vierde vraagt de organisatie het behoud van het structurele overleg tussen de levensbeschouwingen en de programmamakers van de VRT voor radio, televisie en nieuwe media.

Levensbeschouwingen hebben bij uitstek het vermogen om hoopvolle boodschappen aan de samenleving te geven, van altruïsme en verbondenheid. Ze willen dat blijven doen, in zo goed mogelijke omstandigheden, besluit Freddy Mortier.

2. Bespreking

Katia Segers vraagt aan Klasse wat het precies bedoelt met vanaf het begin van het proces betrokken worden.

Een van de belangrijke kwesties voor de nieuwe beheersovereenkomst is de mate waarin de VRT zich op diverse platformen mag positioneren. De commerciële omroepen willen een beperkte ontwikkeling op het digitale platform door longreads te verbieden. Voor Klasse is het crossmediale aspect net belangrijk om alle jongeren te bereiken. Ook de niet-lineaire opvraging kwam ter sprake. Wat mag de VRT volgens de sprekers op welke platformen?

Bedoelt Klasse met lesmateriaal dat de VRT aanlevert, een soort schooltelevisie? Het commissielid zou een hedendaagse versie daarvan genegen zijn. Zo is een filmpje denkbaar van de lezing van Rudi Vranckx op Media Fast Forward over berichtgeving in conflictgebieden. Dan hoeft Rudi Vranckx die lezing niet in de scholen te gaan geven. Katia Segers verwijst ook naar bestaande realityreeksen over onderwijs – de School van Lukaku en Dertigers – waarin sommige personages leerkrachten zijn.

Bij meemoo peilt het lid naar de vereisten op het vlak van context, middelen en geld om zijn onderwijsopdracht zo ideaal mogelijk uit te voeren.

Met betrekking tot het culturele bewustzijn is er nog werk aan de winkel. Wil meemoo meer samenwerken met cultuurhuizen voor de captatie van concerten of theaterproducties?

Aan het VIGL vraagt de spreker zijn drie prioriteiten voor de beheersovereenkomst. Het Vlaams Parlement heeft al een resolutie over gokreclame goedgekeurd (*Parl.St.* VI.Parl. 2018-19, nr. 1948/2). Een voorstel van decreet daarover van Katia Segers zelf heeft het helaas niet gehaald (*Parl.St.* VI.Parl. 2017-18, nr. 1646/1). Wat zouden de aanwezige organisaties een goed decreet over gokreclame vinden: enkel een verbod op VRT, of een verbod op alle zenders? Geldt een dergelijk verbod dan best alleen voor kansspelbedrijven? Wat met de Nationale Loterij?

De Belgische Kijkwijzer geldt momenteel alleen voor bioscoopfilms. Tot welke dragers moet een kijkwijzer worden uitgebreid?

Een icoontje voor scenes met ongezonde levenswijzen bestaat vandaag nog niet. Pleit het instituut voor een nieuw icoon? Te veel iconen houdt het risico in dat niemand ze nog verstaat.

Wat bedoelt Mediawijs precies met het pleidooi om reclame te koppelen aan effectieve investeringen in Vlaamse content voor kinderen? De AVMD-richtlijn versoepelt het plafond van 20 procent reclame, dat niet meer per uur maar per halve dag geldt. Hoe ziet Mediawijs dat bij voorkeur in het Mediadecreet vertaald?

Marius Meremans vraagt hoe ver de sprekers willen gaan in het verbieden van gokreclame. Sommige voetbalclubs worden door gokbedrijven gesponsord. En wat met de veldritploeg die de naam van zijn sponsor, een gokbedrijf, draagt en dus vaak vernoemd wordt door presentatoren omdat het nu eenmaal de ploegnaam is?

Het commissielid heeft begrip voor de vraag om gokreclame voor en na voetbalwedstrijden te verbieden, maar het begint stilaan deel uit te maken van de leefwereld, ook van kinderen. Ook als dergelijke reclame op de openbare omroep wordt verboden, blijft ze elders te zien en met name op het internet, waar er totaal geen reglementering is.

Moet er voortaan een icoontje zijn als Eddy uit Thuis een Slurfke drinkt? Of als er een scene gaat over het brouwen van bier? Als een koppel seks heeft in Dertigers, moet er dan een icoontje komen over soa's? Hoe ver moet zoiets gaan? Marius Meremans waarschuwt voor overregulering. Tabak is wel een categorie apart, wegens kankerverwekkend.

Levensbeschouwing moet aan bod komen op de openbare omroep maar het mag geen rariteitenkabinet worden. Bedoelt de VILD dat als er een thema behandeld wordt op de openbare omroep, bijvoorbeeld armoede, er onmiddellijk ook een reflectie moet zijn van de levensbeschouwingen?

Tot slot wijst het commissielid erop dat als de canon er eens is, er op dat vlak samenwerking met onder meer meemoo en Klasse mogelijk zal zijn.

Karin Brouwers vat samen dat de VRT er moet zijn voor zoveel mogelijk Vlamingen, met zoveel mogelijk content over zoveel mogelijk thema's. Aan meemoo vraagt het lid of het ondertussen al een vraag kreeg van de initiatiefnemers van de Vlaamse streamingdienst om zijn content ter beschikking te stellen. Ook minister Benjamin Dalle vond dat een interessant idee.

Voorts polst ze of een apart decreet over mediawijsheid niet beter is dan een aanpassing in het Mediadecreet. In dat laatste geval zal misschien enkel de minister van Media zich verantwoordelijk voelen.

Ook Karin Brouwers vindt dat er niet voor elk gezondheidsprobleem of elke gevaarlijke stof een apart icoontje hoeft te zijn. Voor de mediageletterdheid is dat geen goede zaak. Bovendien zou een teveel aan icoontjes elk effect doen verdwijnen. Overregulering en betutteling zijn te mijden. Dat neemt niet weg dat gezondheids-thema's voldoende aan bod moeten komen, zeker in educatieve programma's. De informatie moet in ieder geval correct zijn en wetenschappelijk onderbouwd. De burger wordt op het internet overladen met gezondheidsinformatie. De VRT heeft allicht een taak in het triëren daarvan.

Voorts vermoedt Karin Brouwers dat er een meerderheid te vinden is voor het uitbreiden van de Kijkwijzer. Hoe precies is nog niet duidelijk.

De spreker is het ermee eens dat levensbeschouwing in voldoende verdiepende en herkenbare uitzendingen aan bod moet komen, terwijl het nu homeopathische druppeltjes zijn. Ze neemt aan dat de kritiek van de VILD op de VRT-aanpak ook al aan bod gekomen is op het structurele overleg, maar dat er dan blijkbaar onvoldoende naar geluisterd wordt. Is het nodig dat een en ander concreter geregeld wordt in de beheersovereenkomst?

Freya Perdaens vraagt of sensibilisering en informatie voor ouders en jongeren over de privacy-instellingen van sociale media tot de rol van hier aanwezige organisaties behoren. Zo ja, hoe zouden ze die rol kunnen vervullen?

Elisabeth Meuleman ziet in deze en de volgende geplande hoorzitting over dit onderwerp een bewijs van het belang dat de commissie hecht aan de maatschappelijke opdracht van de openbare omroep.

Ze vraagt wat meer uitleg over de zogenaamde gesloten kamers van de VRT die, in tegenstelling tot bijvoorbeeld Ketnet, niet geneigd zijn samen te werken. Ze vraagt enkele voorbeelden van goede samenwerking.

De spreker kan zich voorstellen dat het, gezien de beperkte middelen, niet altijd evident is om te netwerken. Nochtans ziet Elisabeth Meuleman ter zake ook veel mogelijkheden, bijvoorbeeld samenwerking met Sport Vlaanderen voor Kamp Waes.

Klaas Sloomans waarschuwt voor een te paternalistische houding: een parallel universum zonder roken, alcohol, vlees enzovoort staat wars van de echte leefwereld.

Door politieke reclame te weren verliest de VRT inkomsten. Wie zou echter de gesuggereerde inhoudelijke controle moeten doen: de VRM, een soort ministerie van de waarheid of zo? De waarheid heeft altijd vele zijden. Als politieke reclame toegestaan wordt, moet de freedom of speech ten volle gelden.

Waarom is Mediawijs voor een beperking van de microtargeting, waarin Klaas Sloomans een efficiënte vorm van adverteren ziet?

Vlaams Belang is voor het behoud van de levensbeschouwelijke uitzendingen op zondag. Hoe ziet de VILD de verdieping waar het om vraagt? Moet die verankerd worden in de beheersovereenkomst? Volgens de huidige beheersovereenkomst moet de VRT over de diverse erkende levensbeschouwingen berichten. Dat geldt daarmee ook voor de islam, die nochtans waarden uitdraagt die haaks staan op die van de Vlaamse samenleving en van de VRT, zoals verdraagzaamheid en democratie. Hoe denkt de VILD daarover?

Freddy Mortier vindt dat levensbeschouwing doorgaans in de marge of in negatieve zin aan bod komt in de diverse media, zoals daarnet ook de islam. Enige compenserende informatie is nodig en bruikbaar. Het zou dus een verlies zijn als de VRT in haar berichtgeving over levensbeschouwing niet de volle waaier van de technologische mogelijkheden benut.

Er wordt standaard van uitgegaan dat levensbeschouwelijke strekkingen niet veel interessants te zeggen hebben over om het even welk onderwerp. Nochtans hebben ze wel degelijk specifieke expertise, onder andere over armoede en migratie, maar zeker ook over de manier waarop erkende levensbeschouwingen functioneren in het Belgische bestel. Het is niet de bedoeling dat ze bij elke uitzending over die onderwerpen betrokken worden, wel dat ze niet áltijd over het hoofd gezien worden. Dat is moeilijk in een beheersovereenkomst te gieten: het is veeleer de taak van journalisten om ruimer te kijken. Het zou allicht wel helpen als die daarop gewezen worden door andere instanties.

In onderhandelingen is het altijd geven en nemen, zo ook in overleg met de VRT. Zo heeft deMens.nu de reeks *De Inzichten in coproductie* met de VRT in de wacht gesleept. Het overleg verliep nochtans moeizaam en de verwachting werd zelfs dat de reeks er uiteindelijk niet zou komen.

Een andere vraag, namelijk meer betrokken worden bij programma's vanuit de levensbeschouwing zelf, is niet ingewilligd. Misschien is het toch zinvol een zinnetje aan de beheersovereenkomst toe te voegen dat levensbeschouwingen in de mate van het mogelijke de kans moeten krijgen thema's voor te stellen.

Uit het overleg met de VRT hebben de levensbeschouwingen geleerd dat er allereerste andere formules mogelijk zijn dan de hele productie in handen van de levensbeschouwingen te leggen, zoals bij Braambos nog het geval was. Het kan bijvoorbeeld gaan om coproductie, of levensbeschouwingen betrekken bij uitzendingen die over hen gaan, waarbij de reikwijdte van die betrokkenheid duidelijk wordt gedefinieerd. Op dat vlak zijn er positieve ervaringen, dankzij – intussen voormalig – directeur Peter Claes.

Andy Demeulenaere vindt dat de VRT aanwezig moet zijn op alle platformen. Voor hem moet bijvoorbeeld VRT NU beschikbaar worden als app voor de Xbox. In een normaal 360°-mediabedrijf zijn de uitzendingen op elk toestel beschikbaar. Zowel in de AVMD als in het Mediadecreet wordt een VRT beschreven als een openbare omroep die audiovisuele en auditieve mediadiensten aanbiedt. Kortom, hoewel het tien jaar zal duren voor er een nieuwe AVMD is, is de huidige eigenlijk al verouderd. Het is immers onlogisch mediaorganisaties nog als omroep te betitelen. Dat is een verouderd concept van de periode toen televisie nog centraal stond.

Uit de Digimeter blijkt dat het favoriete toestel van de Vlaming sinds dit jaar niet langer de televisie maar de smartphone is. Ervoor zorgen dat alle Vlamingen zo goed mogelijk geïnformeerd zijn, zich kunnen ontspannen, cultuur kunnen beleven en educatie krijgen, is de opdracht van de VRT. Of dat nu met tekst, beelden of geluiden gebeurt, maakt niets uit. Andy Demeulenaere begrijpt de economische belangen, maar ook mensen die zich geen krantenabonnement kunnen

veroorloven maar wel belastingen betalen, hebben dergelijk belang. De SARC zal een uitgebreid advies uitbrengen, ook over de economische gevolgen.

Andy Demeulenaere ziet schooltelevisie helemaal zitten, maar niet zoals vroeger. De VRT heeft al heel wat goede initiatieven, bijvoorbeeld de Universiteit van Vlaanderen. Hij vindt het wezenlijk dat in de beheersovereenkomst benadrukt wordt dat onderwijs een belangrijk onderdeel van educatie is.

Ketnet wil liever niet geassocieerd worden met school, maar wel met vrije tijd. De VRT heeft echter genoeg andere kamers. Als de VRT jongeren wil bereiken, zal ze dat op de platformen moeten doen waarop jongeren actief zijn. Mediawijs stelt vast dat de VRT-nieuwsdienst op haar nieuwssite krampachtig probeert een soort audiovisuele encyclopedie te integreren. Daarvoor is die nieuwssite echter niet ontworpen. Voor een dergelijk doel bestaan internationale systemen, waarmee de VRT kan samenwerken. De VRT kan bijvoorbeeld de centrale Vlaamse Wikipediapartner zijn. In plaats van enkel te linken naar bronnen, kan ze die ook mee voeden. Met erfgoedpartners en lokale bibliotheken is er ook een ander informatiesysteem denkbaar waarin de VRT een centrale rol speelt.

Commerciële zenders argumenteren dat ze kinderprogramma's niet kunnen betalen tenzij er reclame bij mag. Om die reden is de reclame tussen kinderprogramma's ondertussen opnieuw toegestaan. De Vlaamse overheid mag in ruil vragen dat de Vlaamse identiteit en de productiesector daar mee van profiteren door de inkomsten ook te gebruiken voor kinderprogramma's van Vlaamse bodem.

Gokreclame is een moeilijke aangelegenheid. De bevoegdheid zit immers verspreid. Het verbod op alcoholreclame heeft de voetbalcommentatoren er overigens niet van weerhouden om het woord Jupiler Pro League te gebruiken. Het is in ieder geval niet aan de VRT om geld te incasseren van gokbedrijven. De openbare omroep moet in zijn reclamebeleid een voorbeeldrol spelen.

Het mediawijsheidbeleid zou decretaal verankerd moeten worden. Het hoeft daarom nog niet geregeld te worden in het Mediadecreet, al geeft de AVMD-richtlijn daar aanleiding toe. Indien dit niet zou gebeuren, is het heel belangrijk dat deze commissie zich engageert om in de huidige regeerperiode een afzonderlijk decreet tot stand te brengen. Anderzijds vreest Andy Demeulenaere dat zoiets op de lange baan wordt geschoven als het niet in het Mediadecreet is geïntegreerd.

Mediawijs pleit voor dezelfde icoontjes op alle platformen. Op het vlak van privacybewustmaking doet het zelf al een en ander, waaronder een boek en de website MediaNest.be voor ouders. De Gezinsbond, Digisaurus en LINC vzw gebruiken het materiaal van Mediawijs voor informatiesessies voor ouders in bibliotheken en scholen. Mediawijs buigt zich nu al drie jaar over mediaopvoeding.

Het ware beter geweest als het kenniscentrum vanaf de start bij de filmkeuring betrokken was geweest, niet alleen om de promotie ervan te verbeteren, maar ook om er initiatieven aangaande mediaopvoeding aan te koppelen. De algemeen coördinator ziet nog wel wat andere mogelijkheden, maar die staan natuurlijk niet los van middelen en intenties.

Mediawijs organiseert samen met Ketnet al drie jaar de Schaal Van M, een wedstrijdweek in november over sociale media en smartphones, met de Ketnetserie 4eVeR als aanknopingspunt. In die week worden er elke dag aparte webafleveringen gemaakt die het vijfde en zesde leerjaar kunnen gebruiken voor onlinequizen, klasdebatten en thuisopdrachten. Op drie jaar tijd is het aantal deelnemers gestegen van 10.000 naar 26.000 tot 30.000 kinderen. Het gaat daarmee al om ongeveer een vierde van de Vlaamse kinderen van die leeftijd. Mediawijs krijgt de licentie gratis maar betaalt voor de productie van de webserie. Het kenniscentrum

werkte het concept uit, gebaseerd op een Nederlandse formule. Het heeft dertig klassen gevraagd om een jaar aan de Nederlandse wedstrijd deel te nemen. Daaruit heeft het geleerd wat werkt en wat niet. Met dat voorstel en een budget is het kenniscentrum naar de VRT gestapt, die het initiatief opgepikt en versterkt heeft. Voor heel wat sociaal-culturele en non-profitorganisaties is een dergelijk arbeidsintensief proces niet evident. Bepaalde organisaties voor de promotie van de gezondheid zijn daar allicht wel toe in staat.

De voorbije tien jaar is de sfeer bij Ketnet zo geëvolueerd dat het op zoek gaat naar dergelijke partnerschappen. Ook vóór D5R maakte Ketnet gebruik van de input van Awel om in een soapserie voor kinderen actuele thema's aan bod te brengen. Voor Dokter Bea werkt Ketnet eveneens samen met deze organisaties. Intussen zijn er mensen van Ketnet doorgestroomd naar onder andere de nieuwsdienst en MNM en nemen ze die openheid daar mee naartoe. Met een partnersamenwerken vraagt echter ook van hen veel energie.

Politieke reclame is een moeilijke kwestie. Mediawijs adviseert niet om microtargeting te verbieden, maar vindt dat het aan regels moet worden gebonden, bijvoorbeeld over welke data ervoor gebruikt mogen worden. Demografische gegevens zijn relatief onschuldig, maar wat met gegevens van verzekeringsdatabanken, over ziektes en zo? Niet elke mediagebruiker is zich ervan bewust dat hij op die manier benaderd wordt.

Voor politieke communicatie ligt dat gevoeliger dan voor andere communicatie. De hamvraag is inderdaad wie politieke reclame moet beoordelen. Beoordelen of politieke communicatie aanzet tot polarisering, haatspraak, nepnieuws en dergelijke hoort misschien wel thuis bij de parlementaire instellingen zelf. Eigenlijk is dat een vorm van zelfregulering met codes en afspraken, onder andere over wanneer een minister moet aftreden. Zelf kent Andy Demeulenaere het antwoord niet, maar er moet in ieder geval iets gedaan worden.

Hans Vanderspikken illustreert de mogelijkheden om Klasse vanaf het begin van een proces te betrekken, met het voorbeeld van de EDUbox. Nu wordt Klasse slechts gevraagd het initiatief te promoten in zijn nieuwsbrief, terwijl het bijvoorbeeld over nepnieuws ook zelf een dossier heeft. De VRT heeft baat bij die expertise, maar Klasse kan er ook voor zorgen dat de inhoud nog nuttiger is voor leerkrachten. Kortom, de hoofdredacteur pleit voor een meer structurele samenwerking.

De vraag of de VRT op alle platformen aanwezig moet zijn, hangt af van de behoeften van de gebruiker. Waar de gebruiker is, moet ook de VRT zijn. Klasse was vroeger een magazine, maar hanteert nu een 360°-communicatiemodel. Dat is een logische evolutie die ook de VRT moet volgen.

Over de vraag of een nieuwe vorm van schooltelevisie een goed idee is, zal Hans Vanderspikken zich nu niet uitspreken. Er zijn al heel wat initiatieven, vaak multimediaal. Voor hem hoeft zeker niet alles op één kanaal. Klasse wil wel mee nadenken. Terloops wijst de spreker op de commerciële initiatieven om leraren met lesmateriaal te ondersteunen. Misschien komt het erop aan om te zorgen dat ook de VRT die zaken aanbiedt.

De vermelde realityreeksen zoals *De Dertigers* zullen niet volstaan: er is wel dergelijk een specifieke realityreeks nodig om het lerarenberoep in een positief daglicht te zetten. De School Van Lukaku dateert trouwens al van 2010, toen er nog geen structureel lerarentekort was. Positieve beeldvorming over het lerarenberoep is belangrijk gezien de dalende maatschappelijke waardering. Voor steeds minder jongeren is het de eerste keuze. Het is een mooi beroep, met heel wat doorgroei-mogelijkheden, dus zeker niet de vlakke loopbaan die het lijkt. Kortom, een realistischere voorstelling is nodig, en daar kan de VRT aan bijdragen.

Privacy is zeker een kwestie voor scholen en leraren. Leraren hebben veel data ter beschikking. Zij moeten de jongeren duidelijk maken hoe belangrijk het is die data te beschermen. Hen daarvoor sensibiliseren is belangrijk.

Ook *Nico Verplancke* vindt dat de VRT qua platformen en kanalen de gebruiker moet volgen. Wat een gebruiker nodig heeft, zal verschillen naargelang de doelgroep, bijvoorbeeld voor leraren. Meemoo heeft altijd goed samengewerkt met de VRT, die aan het evolueren is naar een organisatie in een netwerkmodel, dus helemaal anders dan de monolithische omroep van voorheen. De evolutie naar samenwerking als uitgangspunt en niet als neveneffect is nog niet in alle geledingen doorgedrongen.

Meemoo is nog niet gecontacteerd over een Vlaamse streamingdienst. Het werkt echter in een complementair model, waarbij de commerciële exploitatierechten bij zijn partners blijven. Samenwerking kan wel voor bijvoorbeeld een gebundeld aanbod. De streamingdienst is nieuw, dus heeft deze vast eerst andere katjes te geselen. Uiteraard is meemoo bereid tot dialoog.

Leen De Bruyn legt uit dat meemoo – in eerste instantie op vraag van de eindgebruiker – slechts een selectie van het archief voor onderwijs ontsluit. Leerkrachten zijn geen vragende partij om duizenden filmpjes te doorploegen voor ze vinden wat ze nodig hebben. Ze willen vlot filmpjes op maat vinden. Meemoo ziet wel degelijk kansen om nog meer voor het onderwijs te doen, bijvoorbeeld meer aanbod op maat.

Meemoo vindt dat een moderne schooltelevisie wel degelijk zinvol kan zijn. Leerkrachten smeken om uitlegbronnen. Voor de wetenschappen moet meemoo nu vaak terugrijpen naar beelden van de jaren zeventig en tachtig, omdat er geen recentere zijn, bijvoorbeeld hoe bijen honing maken. Meer materiaal over recentere zaken als kernenergie zou welkom zijn. Dat mag met een hedendaagse twist. Programma's als *Betweters* en *De Schuur van Scheire* worden vaak gebruikt in de klas, alsook de audiofragmenten van *Iedereen Klassiek*, bijvoorbeeld om aan te tonen waarom Beethoven zo belangrijk is.

Meemoo moet budgettaire keuzes maken. De ontwikkeling van het platform, projecten voor activerende werkvormen enzovoort gebeuren dan ook gefaseerd. Een project als *Actief met Archief* zou, als er meer budget voor was, heel wat meer leerlingen beeldgeletterdheid kunnen bijbrengen.

Voor de sleutelcompetentie cultureel bewustzijn ziet Meemoo zeker kansen in samenwerking met cultuurhuizen en de podiumsector. Hun archieven zijn echter veel minder geannoteerd of hebben weinig metadata, wat het doorzoeken ervan op sleuteltermen van de eindtermen en leerplandoelen arbeidsintensief maakt. Er waren wel al enkele onderzoeksprojecten, waarbij lerarenopleiders en onderzoekers samen met verantwoordelijken van minder geannoteerde archieven bruikbare fragmenten naar boven gehaald hebben.

Meemoo deed al projecten met Mediawijs over voor leerkrachten bruikbare collecties van beeldmateriaal over onlineprivacy. Samen lieten ze filmpjes maken over de do's-and-don'ts van audiovisueel materiaal, met onder meer de invloed van context en montage op een boodschap. In samenwerking met Het Archief voor Onderwijs en KLAAR kan er bijkomend klasmateriaal gemaakt worden over privacy en veiligheid online.

Leerkrachten waarderen het platform van Het Archief voor Onderwijs omdat het reclamevrij gecensureerd materiaal biedt. Zij kijken reikhalzend uit naar de toegang voor leerlingen, die ze nu nog naar YouTube moeten doorverwijzen, met veel

reclame en niet-gecensureerde content. Ze komen dan ook terecht bij video's die niet voor hun ogen geschikt zijn, of worden afgeleid van hun opdracht.

Leen Van Brussel spreekt tegen dat het VIGL op de VRT een parallel universum zonder ongezond gedrag wil tonen. Het instituut vraagt wel om ongezond gedrag in de juiste context te plaatsen en aandacht te hebben voor de drempels om gezond gedrag als norm voorop te stellen. Maatschappelijk kwetsbare bevolkingsgroepen participeren minder vaak aan bevolkingsonderzoeken en kankerscreenings, met invloed op diagnose en prognose. Onderzoek toont aan dat er door de praktische beslommeringen, vragen en bezwaren tegen bijvoorbeeld stoelgangonderzoek in beeld te brengen met een personage als Eddy in Thuis, een positieve gedragsverandering ontstaat.

Betutteling is te vermijden. Anderzijds is in de media doorgaans het ongezonde de norm. Niemand is verplicht gezond te leven, maar het is ook niet nodig constant verleid te worden door ongezonde voorbeelden. Leefstijl is maar één facet. Het instituut vraagt de VRT de omgevingsfactoren, bijvoorbeeld impact van schadelijke industrieën, evenveel aan bod te laten komen.

Een thematische top 3 acht de spreker niet wenselijk, daarom stelt ze een themaoverschrijdende top 3 voor:

- counterframing van individuele verantwoordelijkheid met de invloed van omgevingsfactoren;
- gezond gedrag normaliseren zonder stigmatisering van wie de ongezonde variant beleeft;
- aandacht voor alle bevolkingsgroepen.

Om de gezondheidsongelijkheid – vermijdbare verschillen qua gezondheid die min of meer samenlopen met sociaaleconomische verschillen – tegen te gaan, moeten de verschillende bevolkingsgroepen bereikt worden. Daartoe moeten er verschillende genres ingezet worden, onder andere fictie en ontspanning, maar ook moet geageerd worden op verschillende platformen. Kinderen zijn een belangrijke doelgroep. Vanuit het principe 'jong geleerd is oud gedaan' zijn programma's als Biba en Loeba en Dokter Bea heel belangrijk.

Stefaan Hendrickx, senior stafmedewerker Inhoudelijke coördinatie tabak van het VIGL, merkt op dat voor roken het betuttelingsargument ondertussen achterwege wordt gelaten. Enkele jaren geleden was er echter een onderzoek in opdracht van de Stichting tegen Kanker door de Hoge Raad voor de Audiovisuele Sector. De onderzoekers screenden de fictieprogramma's van een achttal zenders in Wallonië en Brussel en stelden vast dat er in één op vijf gerookt werd en dan vooral door de hoofdrolspelers. Roken werd vaak voorgesteld als positief: rokers waren zelfverzekerd, vastberaden, slim, rustig en bedachtzaam. In vele series en films wordt roken ook gebruikt om nervositeit tegen te gaan. De conclusie was dat de sigaret vaak gepresenteerd werd als een middel om zich zekerder te voelen of een moeilijke situatie het hoofd te bieden. De onderzoekers konden niet vaststellen of dat doelbewust gebeurde. Reclame voor of productplacement van tabak zijn verboden. Sinds het aan banden leggen van tabaksreclame zien de fabrikanten in rokende acteurs een promotiemiddel. Onderzoek toont aan dat het aantal films waarin gerookt wordt, stijgt.

De essentie is evenwel de bescherming van de minderjarige. In de Kijkwijzer zitten allerhande symbolen, maar geen voor roken. Ze zijn er wel voor alcohol en drugs. Daarvan kent Stefaan Hendrickx niet de redenen, maar het valt op. De Kijkwijzer is daarenboven niet bedoeld om de minderjarige zelf te verwittigen, wel een boodschap aan de audiovisuele sector om op te letten met het in beeld brengen van roken. De Wereldgezondheidsorganisatie stelt voor om films en ander beeldmateriaal waarin gerookt wordt, automatisch een beoordeling 'kinderen niet toegelaten' te geven. In

Nederland verwittigt het streamingkanaal Disneyplus wel al als er gerookt wordt in films en televisieseries.

De Kijkwijzer zal niet verhinderen dat jongeren een positief beeld krijgen van roken. Het is belangrijk hen op andere manieren te bereiken. Het programma Bullshit Free Generation bijvoorbeeld countert bepaalde ideeën die bij jongeren in de scholen leven. Het VIGL heeft ook meegewerkt aan campagnes van Kom op tegen Kanker om op een subtiele manier via de mediakanalen die jongeren gebruiken, te werken aan een beeld over roken. Die campagnes zijn niet zichtbaar voor volwassenen. De laatste verliep via Instagram. De evaluaties zijn heel positief. Jongeren pikken de boodschap snel op. Het is een tip voor de VRT om in haar programma's voor jongeren op een doordachte en subtiele manier over roken te berichten. Paternalisme moet inderdaad vermeden worden.

Voorts suggereert de spreker dat de VRT zou nadenken over hoe roken voorgesteld wordt in haar aanbod. Daarbij is het zaak het idee te bekampen dat roken en ermee stoppen vooral individuele verantwoordelijkheden zijn. Een genuanceerder beeld is nodig: tabak is een stille killer. Dat is allicht de reden waarom het niet voorkomt in de Kijkwijzer, in tegenstelling tot de spectaculairdere alcohol en drugs. Tabak werkt minder ontwrichtend maar heeft op de langere termijn een veel sterker effect. Eén op drie kankers in België is gelieerd aan tabak, en één op zeven sterfgevallen is eraan gerelateerd. Anderhalf miljoen Belgen rookt dagelijks. Het probleem is ernstig en moet op een juiste manier in beelden vertaald worden.

Loes Neven, senior stafmedewerker Inhoudelijke coördinatie voeding & ondervoeding bij het VIGL, neemt, zeker in de politieke wereld, grote angst waar om betuttelend of paternalistisch over te komen. Het is echter een illusie te denken dat de burger autonoom beslist wat hij in zijn mond stopt. Hij wordt door heel wat externe factoren beïnvloed, niet in het minst door de commerciële sector via het aanbod in de winkel maar ook via de media. De impact van influencermarketing, indirecte marketing via sociale media enzovoort is nog niet te ramen maar wordt zwaar onderschat. Professor Marketing Tim Smits heeft jongeren gevraagd de blootstelling aan ongezonde voeding, alleen nog maar op sociale media, in kaart te brengen. Die hoeveelheid was hallucinant. Zeker de meest kwetsbare groepen – kinderen, jongeren, mensen in armoede – zijn daar gevoelig aan. De overheid en de openbare omroep hebben de taak het tegenwicht te leveren. Ook Loes Neven is voorstander van coregulering, waarbij elke partij een bijdrage levert.

Het is zaak de mensen kritisch te leren omgaan met reclame. Jongeren horen bijvoorbeeld niet alleen te leren wat gezonde voeding is, maar moeten ook de manier herkennen waarop ze beïnvloed worden door voedingsindustrie en reclame, bijvoorbeeld door influencers op sociale media.

Het instituut kan af en toe tegenwicht bieden met een boodschap van algemeen nut, maar dergelijke boodschappen nemen grote hapen uit het budget. Het is ook te duur om iets te produceren dat even leuk is als de reclame voor ongezonde voeding. Die heeft ten opzichte van de gezonde voeding sowieso het voordeel van de smaak en de prijs.

Loes Neven kijkt enigszins jaloers naar de weg die al voor tabak is afgelegd. De initiële weerstand tegen rookvrije horecazaken heeft aangetoond dat een dergelijke weg moeilijk is. Natuurlijk is ook elke sigaret ongezond, terwijl het beeld bij voeding genuanceerder is. Van het tabakstraject valt echter veel te leren voor voeding en andere gezondheidsthema's.

Indrani Muyldermans, medewerker Welzijn & Gezondheid en Gokbeleid van het VAD, merkt op dat het VAD vanuit een preventief oogpunt werkt en altijd de gezondheid en het welzijn van de burgers vooropstelt. In die zin vindt het

expertisecentrum een onderscheid tussen verschillende soorten aanbieders van gokreclame op de VRT onnodig. Het centrum is tegen alle reclame in die zin. De hulpverlening meldt dat elke reclame een trigger is om te starten met spelen of meer te gaan spelen: op de VRT, maar net zo goed in de bushokjes van De Lijn of op de wedkantoren. Het zijn telkens impulsen om het product meer te gebruiken.

De spreker vraagt om, in de lijn van de vermelde resolutie van het Vlaams Parlement, afspraken over gokreclame op te nemen in de beheersovereenkomst met de VRT. Gokwetgeving is wel vooral federale materie. Er worden wel initiatieven genomen om een en ander te reguleren, maar de gokindustrie is heel machtig en vecht heel wat aspecten juridisch aan, met als gevolg de huidige procedure bij de Raad van State, die het verbod op reclame voor onlinegokken teruggedraait.

Indrani Muyldermans vraagt het Vlaams Parlement al zijn middelen en mogelijkheden te gebruiken om de reclame aan banden te leggen.

Het klopt dat sportsponsoring de VRT voor dilemma's stelt. Ze kan toch moeilijk alle gokreclame op shirts blurren. Slechts één topvoetbalclub wordt immers niet door een gokbedrijf gesponsord. In andere sporten zoals het wielrennen is het eveneens een gekend fenomeen. Een vraag aan de VRT om elke verwijzing naar gokken te blurren, zou gelijk staan met een verzoek om een hele wedstrijd lang alleen mist uit te zenden. Wel kan de VRT best samen met de sportfederaties nagaan hoe ze daar verstandig mee kan omgaan. De spreker wijst op bepaalde ontoelaatbare voorvallen, zoals een gokbedrijf dat de supporters van KV Kortrijk heeft misleid met een gratis busrit om zo hun persoonsgegevens voor reclamedoeleinden te bemachtigen.

Soms lijkt het onmogelijk gokreclame helemaal te bannen, maar dat klopt niet. Ooit leek het onoverkomelijk dat Marlboro de Formule 1 sponsorde. Maar uiteindelijk blijft de Formule 1 nog altijd te bestaan, lang na het verbod op tabaksreclame.

Tot slot wijst de spreker de commissie nog op de aanbevelingen van het VAD, die inspiratie voor concrete initiatieven bevatten.

Elisabeth MEULEMAN,
voorzitter

Karin BROUWERS,
verslaggever

Gebruikte afkortingen

AVMD	audiovisuele mediadiensten
CANON	Cultuurcel van het Agentschap voor Onderwijscommunicatie
D5R	De Vijver
DPG	(historisch) De Persgroep
eID	elektronische identiteitskaart
GGC	Gemeenschappelijke Gemeenschapscommissie
JEF	JEugdFilm
JEP	Jury voor Ethische Praktijken inzake Reclame
KANTL	Koninklijke Academie voor Nederlandse Taal- en Letterkunde
LGBTQ+	Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender, Questioning (en meer)
LINC	Centrum voor Lezen en Informatie
MNM	Music and More
SARC	Strategische Adviesraad voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media (= Raad voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media)
SBS	Scandinavian Broadcasting System
soa	seksueel overdraagbare aandoening
STEM	Science, Technology, Engineering and Mathematics
VAD	Vlaams expertisecentrum Alcohol en andere Drugs
VAF	Vlaams Audiovisueel Fonds
VIAA	Vlaams Instituut voor Archivering
VIGL	Vlaams Instituut Gezond Leven
VILD	Vlaamse Interlevensbeschouwelijke Dialoog
VRM	Vlaamse Regulator voor de Media