



Vlaams
Parlement

ingediend op **263** (2019-2020) – Nr. 1
14 april 2020 (2019-2020)

Verslag van de hoorzitting

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

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. Gezinsbond, Gelijke Rechten voor Iedere Persoon met een Handicap (GRIP), Vrouwenraad	4
1.1. Toelichting Gezinsbond	4
1.2. Toelichting GRIP	6
1.3. Toelichting Vrouwenraad	8
1.4. Bespreking	10
2. Minderhedenforum, Ambrassade, Vlaamse Sportfederatie (VSF)	13
2.1. Toelichting Minderhedenforum	13
2.2. Toelichting Ambrassade	15
2.3. Toelichting VSF	17
2.4. Bespreking	18
Gebruikte afkortingen	19
Bijlagen: zie dossierpagina op www.vlaamsparlement.be	

Op donderdag 12 maart 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 powerpointpresentaties en rondgedeelde nota's van de sprekers zijn te vinden op de [dossierpagina](#) van dit verslag op www.vlaamsparlement.be.

1. Gezinsbond, Gelijke Rechten voor Iedere Persoon met een Handicap (GRIP), Vrouwenraad

1.1. Toelichting Gezinsbond

Erika Coene, attachée bij de studiedienst van de Gezinsbond, is altijd blij als het perspectief van gezinnen en kinderen belangrijk blijkt voor een parlementaire commissie. Deze hoorzitting kon niet op een beter moment komen, aangezien de Gezinsbond de goede gewoonte heeft om elke vijf jaar na te gaan of zijn ideeën nog wel aansluit bij wat in de samenleving leeft. Die oefening, met dit keer als focus de kindnorm, is net achter de rug.

Het concept kindnorm heeft de Gezinsbond in 2009 in het leven geroepen, aangezien ook een welvarende samenleving als de Vlaamse het soms niet zo nauw neemt met kinderrechten. Met de kindnorm wil de Gezinsbond een praktische en concrete vertaling geven aan het Kinderrechtenverdrag. De kindnorm is geen last voor het beleid maar een kans om op een andere manier naar problemen te kijken en creatieve oplossingen te vinden. Een samenleving die zorgt voor haar kwetsbaren, waaronder de kinderen, zorgt goed voor iedereen. De voorstelling van dit beleidsproject op het gezinsfestival 'Kinderen aan zet' is helaas afgeschaft.

Een thema dat de Gezinsbond door zijn kindnormbril bekeken heeft, is 'kinderen en media', en meer specifiek 'kinderen en reclame'. Uit een enquête bij kinderen en ouders kwam de verrassende vaststelling naar voren dat die eigenlijk niet wakker liggen van reclame. Ze hebben het gevoel dat ze zich niet laten beïnvloeden door reclameboodschappen en zeggen er geen aandacht aan te besteden.

De Gezinsbond is als stakeholder betrokken bij het AdLit-project. AdLit staat voor advertising literacy, reclamewijsheid dus. Het grote onderzoeksproject telde twintig onderzoekers van vier verschillende universiteiten. De conclusies waren heel anders dan wat ouders en kinderen aangeven. Voor het beleidsproject is de Gezinsbond ook gaan aankloppen bij het Instituut voor Mediastudies van de KU Leuven. In het e-dossier staat trouwens ook een bijdrage van dat instituut. Voorts publiceerde *The Lancet*, een Brits medisch tijdschrift, in februari 2020 een artikel over de kwestie en raadt het parlementsleden de lectuur daarvan aan. Erika Coene citeert: "Commercial marketing of products that are harmful to children represents one of the most underappreciated risks to their health and wellbeing."

Reclame beïnvloedt het gedrag van mensen. Hij spiegelt vaak onrealistische doelen voor en zet aan tot ongezond en soms potentieel gevaarlijk gedrag. Zeker voor kinderen en jongeren is dat niet onschuldig. Vandaag kunnen marketeers bovendien kinderen de klok rond bereiken, via allerlei kanalen, ver weg van het toezicht van ouders. Als ouders al voldoende kennis hebben om bij te sturen, kunnen ze dat daar net niet. Daarom vindt de Gezinsbond een extra bescherming nodig voor kinderen en jongeren. Het Kinderrechtenverdrag gaat niet alleen over bescherming maar ook over provisie en participatie, maar hier moet bescherming de bovenhand krijgen.

Een evenwichtig reclamebeleid steunt op drie pijlers: reclamewijsheid, zelfregulering, overheidsbeleid. Reclame is almaar meer geïntegreerd in media-inhoud en

almaar moeilijker te herkennen. Vlaanderen zet al volop in op mediawijsheid met Mediawijs, dat goed werk verricht. Toch is zijn werking nog niet decretaal verankerd. Dat deed ook bij het Rekenhof de wenkbrauwen fronsen (*Parl.St.* VI.Parl. 2019-20, nr. 37-A/1). De implementatie van de AVMD-richtlijn en de aanpassing van het Mediadecreet die daarvan een logisch gevolg is, kan daaraan verhelpen.

Blij is de Gezinsbond met het recent ingevoerde classificatiesysteem Kijkwijzer voor films. Hij vraagt echter om die consequent toe te passen op alle media, zodat gezinnen een algemeen houvast hebben. De Gezinsbond vraagt een pictogram voor gokken en een voor roken toe te voegen. Mediawijsheid is een vlag die een gigantische lading moet dekken, wat ervan geen eenvoudige opdracht maakt. Reclamewijsheid is echter nooit het enige aspect van een evenwichtig reclamebeleid. Ze legt immers de eindverantwoordelijkheid uitsluitend bij de consument. Ook de aanbieders en de overheid hebben een rol.

Een kader voor commerciële boodschappen kan op verschillende manieren vorm krijgen. De reclamesector toont zich vaak de beste leerling van de klas in het toezicht houden. De Jury voor Ethische Praktijken in de Reclame is een zelfregulerend orgaan van de Belgische reclamesector. Er zijn daarnaast veel convenants en sectorale akkoorden. De Gezinsbond juicht dat toe, daar initiatieven van de sector zelf vaak efficiënt zijn. Ook een zelfregulerend kader in combinatie met mediawijsheid volstaat echter niet: overheidsbeleid is nodig.

Op verschillende plaatsen laat de richtlijn gold-plating toe, het vergulden van de Europese regels. De regio mag het dus beter doen dan de richtlijn voorschrijft. De Gezinsbond vraagt van het Vlaams Parlement de durf om voor verregaande regels te gaan. Het Mediadecreet is op heel wat vlakken goed. Heel wat aspecten van de richtlijn zijn er nu al in geregeld. Een aanpassing van het Mediadecreet mag echter nooit downsize op het vlak van bescherming van minderjarigen en gezinnen.

De Gezinsbond heeft enkele aanbevelingen. Waar iets goed geregeld is in het Mediadecreet, vraagt hij dat niveau aan te houden. Een eerste aanbeveling is coregulering. De richtlijn laat coregulering en/of zelfregulering toe. Volgens de Gezinsbond is zelfregulering goed, maar voor een gedegen beleid is een extra laagje nodig. Maatschappelijke belangen stroken immers niet altijd met commerciële belangen. Het is aan de overheid om erop toe te zien dat de maatschappelijke belangen primeren.

De richtlijn vraagt ook te zorgen voor handhaving. Coregulering is net de wet die ervoor zorgt dat de zelfregulering afdwingbaar is. Handhaving betekent ook een onafhankelijke instantie, die over disputen oordeelt. In Vlaanderen bestaat al de JEP, die zeer goed werk levert, maar met de sector dus als rechter en partij. Daarom is een onafhankelijke beroepsinstantie nodig. De voorkeur van de Gezinsbond gaat daarvoor uit naar de VRM.

De Gezinsbond dringt erop aan artikel 9 van de richtlijn om te zetten en reclame op schadelijke producten te verbieden. Schadelijke producten zijn rookwaren, alcohol en gokken. De Gezinsbond pleit voor een algemeen verbod op reclame over die producten. Nu claimt de sector dat ze geen dergelijke reclame tot kinderen richt, maar die leven in de gewone wereld en komen dezelfde reclameboodschappen tegen als volwassenen.

De richtlijn biedt de mogelijkheid om sponsoring van kinderprogramma's volledig te verbieden. De Gezinsbond is daar voorstander van. Het lijkt hem ook een goed idee om de associatie tussen schadelijke producten en sportevenementen te verminderen en zelfs te verbieden. Het is niet correct om schadelijke producten te koppelen aan iets fijns, aan iets waar mensen plezier aan beleven: de Jupiler Pro League, de Crocky Cup, de EuroMillions Volley League enzovoort.

De overgrote meerderheid van de voedingsreclame die zich tot kinderen richt, betreft ongezonde voeding. Ongezonde voeding komt in de richtlijn aan bod maar te beperkt. Het artikel in The Lancet legt een directe link tussen obesitas bij kinderen en reclame voor ongezonde voeding. Een volgende aanbeveling is dan ook reclame voor ongezonde voeding gericht op minderjarigen te verbieden.

De Gezinsbond vraagt voorts de reclame-industrie een resultaatsverbintenis op te leggen om minderjarigen te beschermen. De AVMD-richtlijn vraagt ervoor te zorgen dat minderjarigen die reclame normaal niet te horen of te zien krijgen. Samen met onder meer het Kinderrechtencommissariaat vraagt de Gezinsbond ervoor te zorgen dat dat principe standaard wordt. Kortom, stel niet de gezinnen maar de industrie op dat vlak verantwoordelijk voor de bescherming van minderjarigen.

Het is goed dat ook de videoplatformen in de richtlijn geïnviseerd worden. Zij hebben de meest rechtstreekse en ongecontroleerde toegang tot minderjarigen. De Gezinsbond vraagt met aandrang alle voorgaande aanbevelingen ook te laten gelden voor die platformen.

Tot slot sluit de Gezinsbond zich aan bij het standpunt van het Kinderrechtencommissariaat over reclame rond kinderprogramma's. Het is goed dat er een buffer komt rond die programma's. Maar zoals gezegd kijken kinderen niet alleen naar kinderprogramma's. Het is dus beter een bescherming te creëren rond alle gezinsprogramma's.

Kortom, de Gezinsbond vraagt het parlement de implementatie van de richtlijn aan te grijpen om minderjarigen dat extra beschermingslaagje te geven dat ze verdienen, besluit Erika Coene.

1.2. Toelichting GRIP

Patrick Vandelanotte, coördinator van GRIP, wijst de commissie op de standpuntnota over inclusie van personen met een handicap en de VRT-beheersovereenkomst. Die nota bevat naast een uitgebreide toelichting enkele concrete voorstellen.

De spreker zal vandaag enkel ingaan op de beheersovereenkomst, dus niet op de AVMD-richtlijn. Zijn focus legt hij op beeldvorming en niet op toegankelijkheid.

GRIP vraagt:

- een stevig diversiteitsbeleid bij de VRT;
- een streefcijfer voor schermzichtbaarheid van personen met een handicap van 2 procent;
- positieve en inclusieve beeldvorming over personen met een handicap.

GRIP is een mensenrechtenorganisatie en streeft naar gelijke kansen voor iedereen, maar in het bijzonder voor mensen met een handicap, alsook naar een inclusieve samenleving waar mensen met een handicap op een gelijkwaardige manier diverse rollen kunnen vervullen. Daartoe is het noodzakelijk dat ze gezien worden als volwaardige burgers.

Beeldvorming is al jarenlang een aandachtspunt in de werking. Via tal van sensibiliseringsacties wil de organisatie verandering brengen in de kijk op de handicap. Wegens het belang van de media daarin, volgt de organisatie ook het mediabeleid. Sinds het najaar werkt ze aan een standpunt over de nieuwe beheersovereenkomst. Xavier De Ruyter, halftijdse medewerker Sensibilisatie en media, heeft het dossier voorbereid maar heeft voor deze hoorzitting moeten afhaken om gezondheidsredenen.

De slagzin van GRIP is: 'Kom op voor inclusie!'. De organisatie streeft naar verandering in onderwijs, werk, inkomen, wonen en ondersteuning. Voor een inclusieve samenleving, waarnaar ook de Vlaamse Regering streeft, is inclusieve beeldvorming nodig. Om haar ambitie waar te maken moet de Vlaamse Regering dus in de beheersovereenkomst met de VRT die opdracht inschrijven. Beeldvorming of de kijk op handicap blijkt uit het beeld dat men heeft van mensen met een handicap, hoe mensen met een handicap in beeld worden gebracht en hoe mensen met een handicap zelf naar hun handicap kijken.

In Vlaanderen overheerst de medisch-caritatieve kijk op handicap en wijzigt die kijk maar traag. Er is nood aan een paradigmashift naar het sociale en mensenrechtenperspectief, zoals het VN-verdrag inzake de Rechten van Personen met een Handicap voorschrijft. In Vlaanderen komen mensen met een handicap onvoldoende in de media. Daarbij worden ze doorgaans geportretteerd vanuit dat medisch-caritatieve perspectief, wat geen juist beeld is. Een recente doctoraatsstudie van Tina Goethals bevestigt dat. Zij vraagt om in Vlaanderen veel bewuster om te gaan met hoe handicap in beeld gebracht wordt. Media hebben een grote impact op die beeldvorming. Ze verspreiden beelden, brengen het publiek in contact met zaken waar het minder mee vertrouwd is, maar geven ook een interpretatie van de werkelijkheid.

Artikel 8 van het VN-verdrag betreffende de vermelde paradigmashift wijst ook op de rol van de media. Het artikel stelt dat de overheid alle onderdelen van de media moet aanmoedigen om personen met een handicap te portretteren op een wijze die verenigbaar is met inclusie, het doel van het verdrag. De beheersovereenkomst is dus een instrument voor de Vlaamse Regering om het VN-verdrag te implementeren. Zonder passus over inclusieve beeldvorming verzaakt de regering aan haar engagementen ten aanzien van dat verdrag.

Personen met een handicap portretteren op een manier die overeenstemt met het verdrag, betekent dat de media zich bewust moeten zijn van het mensenrechtenkader. De kennis van mediamakers over vrouwen- en kinderrechten is groter dan die over inclusieve beeldvorming rond handicap. Voorts betekent het dat de media positieve en inclusieve beelden brengen, bijvoorbeeld beelden van inclusief onderwijs bij de start van het schooljaar.

Inclusie wordt vaak verkeerd ingevuld. Het betekent iedereen samen, in alle diversiteit, op dezelfde manier. Het is niet hetzelfde als integratie. Zo is De Mol een voorbeeld van inclusie, Down the road een voorbeeld van integratie.

GRIP is tevreden dat de VRT steeds de ambitie formuleert en ook effectief streeft naar genuanceerde en niet-stereotiepe beeldvorming en naar representatie van diverse groepen, waaronder personen met een handicap. Toch is er nog een verschil met inclusieve beeldvorming. GRIP beschouwt de VRT allang als partner en kan terugblikken op tal van constructieve samenwerkingen, maar hoopt dat de openbare omroep nog progressie boekt in zijn inzet op inclusieve beeldvorming over handicap en diversiteit. In de nota formuleert GRIP daarvoor voorstellen op verschillende vlakken. Zo stelt de organisatie op het vlak van diversiteitsbeleid voor dat het VRT-team Diversiteit zijn werk blijft voortzetten. Het speelt immers een sleutelrol in de afstemming tussen de VRT en de middenveldorganisatie.

Wat de beeldvorming betreft, dringt GRIP erop aan dat de openbare omroep zijn medewerkers aanzet tot een paradigmashift in de kijk op handicap. GRIP stelt voor de monitoring en het onderzoek in handen te geven van de overheid. Het onderzoek over schermzichtbaarheid gebeurt nu door de VRT, die het uitbestedt aan een externe partner, de Universiteit Antwerpen. GRIP vraagt dat de overheid dat zelf beheert en uitbreidt tot de commerciële en regionale omroepen, met het oog op een totaalbeeld.

Samenwerking met het middenveld kan beter door het bestaande kernoverleg een duidelijkere rol te geven als adviesorgaan voor het thema diversiteit. GRIP vraagt meer ondersteunende maatregelen voor de tewerkstelling van personen met een handicap. Nu heeft een werknemer bij de VRT geen recht op een Vlaamse ondersteuningspremie. Voorts vindt GRIP het nodig dat de VRT blijft investeren in een integraal toegankelijkheidsbeleid van al haar mediakanalen en dat ook doortrekt bij nieuwe ontwikkelingen als een Vlaamse Netflix.

De eerste voorwaarde voor een inclusieve beeldvorming is dat personen met een handicap voldoende in beeld komen. De voorbije jaren is hun schermaandeel gemonitord en is vastgesteld dat het rond 1 procent schommelt. Ook 1,5 procent is echter geen representatieve weerspiegeling van de Vlaamse samenleving. Er zijn dan wel metingen, maar streefcijfers en dus een resultaatsverbintenis ontbreken, terwijl die er wel zijn voor gender en voor nieuwe Vlamingen. GRIP vraagt het Vlaams Parlement tegen 2025 2 procent als streefcijfer vast te leggen in de beheersovereenkomst.

1.3. Toelichting Vrouwenraad

Volgens *Magda De Meyer*, voorzitter van de Vrouwenraad, is het maar open deuren instampen als ze zegt dat vrouwen in nieuwsprogramma's, informatieve programma's, cultuur en sport zwaar ondervertegenwoordigd zijn, maar oververtegenwoordigd in entertainment en in erotisch getinte programma's.

Wat de Vrouwenraad vooral stoort, is de overdreven genderstereotypering. Meer aandacht voor vrouwensport is bijvoorbeeld een goede zaak, maar dan op een genderneutrale wijze. Net om gendergelijkheid te bereiken, is een sterk genderbeleid van de VRT nodig. Wetenschappelijk onderzoek wijst uit dat stereotypering opvattingen beïnvloedt en leidt tot vooroordelen, discriminatie en geweld.

Gender is de maatschappelijke constructie van vrouwelijkheid en mannelijkheid, waarbij er aan elk van beide bepaalde eigenschappen worden toegedicht. Die kunnen in tijd en ruimte variëren en zijn verweven met andere identiteitskenmerken die mee de maatschappelijke positie bepalen. Dat werkt door in attitudes, regels en gebruiken, taal, media, politiek en sociaaleconomische systemen. Erger nog is dat er ook een hiërarchie in zit, waarbij mannelijkheid boven vrouwelijkheid staat, wat discriminatie en achterstelling veroorzaakt. Het mechanisme wordt gerepeteerd en doorgegeven aan volgende generaties, wat de spreker de gendermachine noemt: via gezinnen, verenigingen, taal, school en dus ook de media.

De VRT moet een genderbewuste organisatie worden en kan dat door een genderbewust beleid, dat opkomt voor gendergelijkheid en daardoor de hele samenleving ten goede komt. Internationale en Europese verdragen vormen het referentiekader van de strijd tegen seksestereotypering. 'Vrouwen en media' is bijvoorbeeld een van de twaalf essentiële aandachtsgebieden van het Actieplatform van de Vierde Wereldvrouwenconferentie van Peking.

In april 2018 keurde het Europees Parlement een resolutie (2019/C 390/03) goed over gendergelijkheid in de mediasector. Daarin staan enkele aanbevelingen, onder meer over quota. In de beheersovereenkomst van de VRT staan enkel streefcijfers, maar geen quota. Voorts vraagt het Europees Parlement monitoring, mentoring en opleiding. Zowel het Verdrag van de Raad van Europa inzake het voorkomen en bestrijden van geweld tegen vrouwen en huiselijk geweld – het Verdrag van Istanbul – als het Verdrag inzake de uitbanning van alle vormen van discriminatie van vrouwen – het CEDAW-verdrag – leggen een duidelijke link tussen seksisme en geweld tegen vrouwen. Hoe zwaarder het seksisme in een land, hoe meer geweld tegen vrouwen.

Vorige week publiceerde de Europese Commissie een nieuwe strategie voor gendergelijkheid, met een verwijzing naar de recentste Eurobarometer. Die toont de diepe verankering van de stereotypen aan: 44 procent van de respondenten noemt het de belangrijkste rol van de vrouw om te zorgen voor haar huis en familie; 43 procent van de Europese mannen zegt dat de belangrijkste rol van de man geld verdienen is.

De beleidsnota Media 2019-2024 creëert via bepaalde operationele doelstellingen kansen om seksisme en genderstereotypen aan te pakken:

- het actieplan Grensoverschrijdend gedrag;
- de regels voor videoplatform over de bescherming tegen geweld en haat;
- een mediawijsheidsbeleid;
- de ondersteuning van kwalitatieve journalistiek.

De Vrouwenraad vraagt om daar zeker een genderperspectief in te integreren. Hij merkt bij zowel minister Dalle als de openbare omroep bereidheid om werk te maken van een echt diversiteitsbeleid. Het team Diversiteit van de VRT organiseert op structurele basis een constructieve en goede dialoog met het middenveld. Het probleem is echter dat het team klein is en een enorme opdracht heeft om de verschillende perspectieven – leeftijd, gender, seksuele voorkeur, handicap en armoede – in het VRT-beleid te integreren.

Volgens haar beheersovereenkomst 2016-2020 moet de VRT de vrouwelijke scherm aanwezigheid opdrijven van 33 naar 40 procent bij alle intern en extern geproduceerde, maar niet bij de aangekochte tv-programma's. In het personeelsbestand moest de VRT streven naar 40 procent vrouwen in het gehele personeelsbestand en 33 procent in het midden- en hoger kader.

De scherm aanwezigheid van vrouwen stijgt sinds 2012 inderdaad. In 2019 klokt de VRT af op 41,2 procent. Dat cijfer is algemeen, dus niet opgesplitst per net. Op Ketnet zijn er meer vrouwelijke experts dan in het nieuws of in informatieve programma's. Zelfs Rik Torfs heeft zich erover beklaagd dat hij weinig met vrouwen mag discussiëren. De Vrouwenraad vraagt een uitsplitsing van de cijfers over de diverse netten, maar ook een kwalitatieve benadering.

Genderneutrale beeldvorming moet deel uitmaken van een breder beleid om sexistische praktijken aan te pakken. De VRT moet op zoek naar vrouwelijke deskundigen en hen ervan overtuigen dat ze genoeg expertise hebben. Magda De Meyer vraagt ook nazorg voor die vrouwen. Vrouwen die straffe standpunten vertolken in de media, krijgen immers heel wat bagger over zich heen, ook op de sociale media. Voorts vraagt de Vrouwenraadvoorzitter in de curricula van communicatieopleidingen en in mediawijsheid de genderinvalshoek aan bod te laten komen.

In 2018 bestond het VRT-personeelsbestand voor 39,6 procent uit vrouwen, maar sinds 2012 is er op dat vlak geen vooruitgang geboekt. De Vrouwenraad vraagt te streven naar de helft vrouwelijke personeelsleden. 39,1 procent van het management was in 2018 een vrouw. Daarmee kwam de VRT dus boven het ook niet zo ambitieuze streefcijfer van 33 procent uit, dat ze al in 2012 bijna had gehaald.

Ook hier volstaat het niet de koppen te tellen. De VRT moet haar brede personeelsbeleid op dit streven afstemmen, dus de hele arbeidsorganisatie, het loonbeleid enzovoort. Terwijl het directiecollege in 2011 voor 36 procent uit vrouwen bestond, is dat nu nog maar voor 25 procent zo. Terwijl de raad van bestuur in 2011 voor de helft uit vrouwen was samengesteld, is dat nu nog maar voor 33 procent het geval.

Katrien Bruggeman, stafmedewerker van de Vrouwenraad, preciseert dat de 25 procent dan nog het gevolg is van een heel recente update, na de vervanging van

Peter Claeys door een man en een vrouw in het directiecollege. Daarvóór was slechts 14 procent van dat college een vrouw.

Magda De Meyer geeft tot slot een overzicht van de aanbevelingen van de Vrouwenraad. Die vraagt een zichtbaar genderbeleid op het niveau van beeldvorming en een stijging van het aantal vrouwelijke personeelsleden tot 50 procent. Voorts pleit de raad voor een versterking van het team Diversiteit en voor actieplannen met een zichtbare aanpak van hoe verschillende perspectieven in de programmatie zullen worden geïntegreerd. De raad vraagt naast de kwantitatieve ook een regelmatige kwalitatieve monitoring over genderneutrale en genuanceerde beeldvorming, alsook de verhoging van het aantal vrouwen in het VRT-schermaanbod tot 50 procent, vooral in informatie en nieuwsprogramma's.

Als vrouwen niet enkel over hun persoonlijke situatie mogen komen vertellen waarna mannelijke deskundigen het overnemen, maar zelf als deskundigen geportretteerd worden, zal dat heel wat betekenen voor het genderbewustzijn in de maatschappij. De VRT moet intensief gebruik maken van de Vlaamse expertendatabank en een vormingsaanbod en trainingen voor het personeel inrichten. In haar aankoopbeleid van programma's moet ze meer aandacht besteden aan gendergelijkheid. Vrouwen moeten de helft uitmaken van de raad van bestuur, het midden- en het hogere kader. Het is nodig dat kennis van gender en media een selectie criterium vormt bij aanwerving en promotie.

1.4. Bespreking

Stephanie D'Hose vraagt of GRIP ook aanbevelingen heeft over de kwalitatieve beeldvorming, bijvoorbeeld een weervrouw met een visuele handicap zoals op de BBC.

Het commissielid deelt de analyse van de Vrouwenraad. Het stoort haar dat vrouwen- en kleine sporten vaak in één adem genoemd worden. Hoe ziet de Vrouwenraad dat?

Gustaaf Pelckmans is het ermee eens dat de VRT een voorbeeldfunctie heeft, maar acht een maatschappelijke omslag de centrale kwestie. Het commissielid vindt dat dezelfde eisen dan ook voor de commerciële omroepen moeten gelden.

Karin Brouwers peilt of GRIP nog wensen heeft over de clausules over toegankelijkheid in de beheersovereenkomst.

In het decreet van de Franse Gemeenschap staat een artikel dat programma's en reclame geen afbreuk mogen doen aan de gelijkheid tussen mannen en vrouwen. Is in het Vlaamse decreet een dergelijke clause eveneens nodig? Geloof de Vrouwenraad op dat vlak in zelf- of coregulering, of is een pact of charter beter?

Klaas Sloomans vraagt hoe de Gezinsbond het verbieden van reclame voor schadelijke producten voor kinderen precies ziet. Het commissielid waarschuwt voor de illusie van een parallel universum. Hij acht het beter jongeren weerbaar te maken in plaats van hen van alles af te schermen.

De spreker geeft GRIP gelijk dat als er streefcijfers zijn voor nieuwe Vlamingen en voor gender, die er ook moeten zijn voor personen met een beperking.

Als woordvoerder van Vlaams Belang heeft de spreker vaak met presentatoren van de VRT gepraat. Zij zitten gewrongen met de situatie waarin ze in een panel wegens de diversiteitsquota absoluut een vrouw moeten bijschuiven, terwijl ze een man op het oog hadden. Op den duur moeten ze rekening houden met zoveel factoren dat de kwaliteit eronder lijdt.

Marius Meremans merkt dat de Gezinsbond voor coregulering pleit, hoewel het Kinderrechtencommissariaat meer dan dat wil. Minderjarigen moeten inderdaad beschermd worden, maar dat zal nooit helemaal lukken. Het is dus zaak een evenwicht te zoeken tussen beschermen en voorlichten, inlichten en opvoeden. Een kijkwijzersysteem is nodig, maar overdrijven met bijvoorbeeld te veel pictogrammen is niet wenselijk. Wat is volgens de sprekers een nuttig evenwicht?

Eigenlijk is het vaak duidelijk wie er in bepaalde nieuwsitems aan bod gaat komen en vaak ook ongeveer wat die persoon zal zeggen. De VRT levert inspanningen om vrouwelijke experts te vragen, maar die moeten inderdaad meer overtuigd worden. Het commissielid zou graag ook eens een overzicht krijgen van het aantal mannen en vrouwen op het scherm gerelateerd aan hun leeftijd, ook op de commerciële omroepen trouwens. Er is immers de neiging om vrouwen vanaf een bepaalde leeftijd minder te vragen.

Marius Meremans zou het goed vinden om meer vrouwelijke sportverslaggevers te hebben, ook over mannensporten, naar het voorbeeld van Jill Douglas, die al jaren het rugby verslaat op de BBC. Bij tennis en gymnastiek is de VRT op dat vlak al mee, maar voor andere sporten heeft ze hierin nog achterstand op buitenlandse omroepen.

Elisabeth Meuleman begrijpt het verschil dat GRIP maakt tussen integratie en inclusie. Programma's als Taboe en Down the road hebben echter wel de visie van vele mensen verbreed. Zijn programma's die integratie bevorderen, volgens GRIP nog aan te moedigen?

Erika Coene wijst erop dat voorlichting tot de drie noodzakelijke pijlers hoort, namelijk die van de media- en reclamewijsheid. Net daarom roept de Gezinsbond op om Mediawijs structureel te verankeren. Soms probeert onder meer de reclame-sector dat aspect echter onterecht als enige oplossing naar voren te schuiven. Naast voorlichting en ruggengraat kweken, zijn ook zelf- en overheidsregulering wezenlijk. Dat is geen onderdeel van de VRT-beheersovereenkomst maar van de implementatie van de AVMD-richtlijn en het Mediadecreet.

Het is niet nodig een apart reclamevrij universum voor kinderen te creëren. Een algemeen verbod voor reclame op producten die als schadelijk beschouwd worden, volstaat. Als tabak, alcohol en gokken schadelijk zijn, moet reclame daarvoor verboden worden. Voor kinderprogramma's en gezinsprogramma's kan dan nog bijkomende bescherming overwogen worden.

Het is niet de bedoeling om alle pictogrammen van de Kijkwijzer constant op het scherm te tonen. Het AdLit-project heeft aangetoond dat een stilstaand logo in een hoekje, bijvoorbeeld het PP-logo voor productplaatsing, weinig effect heeft. Er moet wel voor gezorgd worden dat gezinnen toegang hebben tot informatie over de aard van het programma en de betekenis van de pictogrammen, door het te vermelden in de televisiegids, door het voorafgaand aan het programma te tonen enzovoort.

Patrick Vandelanotte verduidelijkt dat zijn pleidooi voor inclusieve beeldvorming kwalitatieve eisen vooropstelt. Het volstaat niet om genoeg mensen met een handicap, vrouwen enzovoort in dienst te nemen, het gaat over de rol die ze vervullen. Hetzelfde geldt voor schermaanwezigheid: iemand met een handicap als presenter, als vaste gast, als acteur bijvoorbeeld.

Voor andere groepen heeft de VRT al heel bewust dergelijke acties ondernomen, voor personen met een handicap veel minder. Aan te moedigen is de werkwijze van de openbare omroep voor stages diversiteit, waardoor elk jaar twee mensen met een handicap aan de slag kunnen. De BBC staat op dat vlak al heel wat verder,

met 4,5 procent personen met een handicap in zijn personeelsbestand. Om personen met een handicap in Vlaanderen in beeld te krijgen, zijn er nog heel wat inspanningen nodig. Het mediabeleid kan daarin een rol spelen, maar doet dat alsnog niet. Mediawijsheid is immers iets anders dan mensen met een handicap een actieve rol geven in de media. Doelstellingen zijn te overwegen.

Voor het VN-verdrag maakt het niet uit of een medium commercieel of openbaar is. De vereisten moeten op beide soorten media gehaald worden. De Vlaamse beleidsmakers hebben evenwel geen grond om de commerciële media aan te spreken. Daarom stelt GRIP voor dat de overheid in ieder geval zelf de metingen en monitoring uitvoert: niet langer alleen voor de VRT maar voor alle media. De metingen kunnen dan over diversiteit op alle vlakken gaan.

Katrien Bruggeman deelt mee dat de eerste monitor door de UAntwerpen en de VUB tussen 2004 en 2007 nog alle zenders betrof. Omdat die monitor nadien in de beheersovereenkomst verankerd werd, wordt sindsdien alleen de VRT in beschouwing genomen.

In navolging van artikel 31 van het VN-verdrag over statistieken en verzameling van gegevens, vraagt GRIP dat de monitoring door het beleid gebeurt en niet door de openbare omroep, aldus *Patrick Vandelanotte*.

Een tweede eis is dat de meting uitgebreid wordt naar commerciële en regionale omroepen. De expertise van GRIP is de kijk op handicap en beeldvorming.

Over toegankelijkheid zal de coördinator geen standpunten innemen. De technische vereisten op dat vlak zijn voor elke groep trouwens verschillend. Het is wel nodig meer in te zetten op de integrale toegankelijkheid. Daarvoor zijn middelen nodig en hebben besparingen dus een voelbare invloed.

De VRT bewandelt het juiste pad van afstemming met de verschillende stakeholders. Naast het kernoverleg over diversiteit op verschillende vlakken, heeft ze een toegankelijkheidsoverleg. Het is beter dat de Vlaamse volksvertegenwoordigers zich voor vragen over dat thema wenden tot de belangenorganisaties van de verschillende groepen, bijvoorbeeld Doof Vlaanderen.

GRIP vraagt vooral om inclusie en integratie duidelijk te onderscheiden. Down the road is integratie en geen inclusie. Als vader van een jonge vrouw met Down betreurt Patrick Vandelanotte dat een dergelijk programma niet twintig jaar eerder uitgezonden is. Heel wat andere ouders zijn er net als hij blij om, maar toch wel met de bedenking of het programma niet te verzorgend, caritatief en paternalistisch is. Down the road portretteert mensen met een handicap als druiven, een trosje met een stokje, getrokken door een begeleider. De coördinator zou hen liever voorgesteld zien als deel van een gevarieerde fruitmand. Dat zou inclusieve beeldvorming zijn.

Wat de sport betreft, ziet *Magda De Meyer* een evolutie in het in beeld brengen van de vrouwencompetitie. Drie jaar geleden kende de Vrouwenraad haar Auwch Award toe aan de KBVB wegens de lagere vergoeding van vrouwelijke voetballers in vergelijking met de mannen. Toen leden van de raad de trofee wilden overhandigen, werden ze eruit gegooid. Laatst corrigeerde een journalist van Het Laatste Nieuws 'topdag voor het vrouwenvoetbal' in 'topdag voor het voetbal'. Vorig jaar werd bijvoorbeeld een presentator van de RAI geschorst toen hij vrouwen aanmaande over voetbal de mond te houden omdat ze er niets van kenden.

De spreker herhaalt dat de Vrouwenraad uit ervaring heeft geleerd niet in zelfregulering te geloven. Het decreet van de Franse Gemeenschap is in lijn met de internationale verdragen. De vrouwelijke volksvertegenwoordigers zouden hier

misschien niet zitten als er geen quota waren. De bewering van een commissielid dat de VRT soms geen vrouwelijke deskundige vindt, choqueert de voorzitter van de Vrouwenraad. Ofwel is die VRT-dienst in kwestie niet bekwaam, ofwel zoekt hij niet hard genoeg. Allicht houden vrouwen er niet op dezelfde manier als vele mannen van om in the picture te staan of zichzelf in the picture te zetten.

De leeftijdsdiscriminatie staat als een paal boven water. Een vrouw van een bepaalde leeftijd wordt blijkbaar niet meer als telegeniek gezien. De Vrouwenraad zal daar zeker acties rond ondernemen.

Wat die experts in tv-programma's betreft, leidt *Katrien Bruggeman* uit de gasten bij De afspraak op vrijdag af dat het blijkbaar ook een probleem is om andere mannen dan de usual suspects te vinden. Uit een onderzoek blijkt intussen dat er een grote backlash aan de gang is. Ook in de Scandinavische landen, waar de gendergelijkheid groter is, worden vrouwen met een mening afgestraft. Heel wat vrouwelijke journalisten geven er de brui aan omdat ze niet aankunnen hoe ze in dat wereldje maar ook op sociale media bagger en geweld over zich heen krijgen. Het probleem is dus niet dat er geen vrouwelijke experts zijn, maar dat mondige vrouwen met expertise online worden afgestraft. De maatschappelijke realiteit is anders: 54 procent van de hoge magistraten zijn vrouwen, bij de huisartsen is er een duidelijke feminisering enzovoort.

Quota zijn nu nodig om aan te geven dat er een probleem is en de maatschappelijke realiteit niet gevolgd wordt, besluit de stafmedewerker.

2. Minderhedenforum, Ambrassade, Vlaamse Sportfederatie (VSF)

2.1. Toelichting Minderhedenforum

Mathieu Charles, stafmedewerker Cultuur, Jeugdwerk en Sport van het Minderhedenforum, geeft aan dat het Minderhedenforum werkt rond tewerkstelling, armoede, onderwijs, cultuur, jeugd, sport en media. Bijna sinds zijn ontstaan werkt het ook aan beeldvorming over personen met een migratieachtergrond. Dit resulteerde in 2010 in het boek *De witte media*. Die publicatie bracht aan de hand van cijfers en reflecties van focusgroepen een beeld van de manier waarop personen met een migratieachtergrond in de media kwamen. Daaruit bleek nog heel wat, voornamelijk negatieve, stereotypering. Het boek ging vooral over groepen met een Turkse en Marokkaanse migratieachtergrond.

Sinds 2010 heeft de samenleving niet stilgestaan en is ze superdivers geworden. Op tien jaar is er heel wat vooruitgang geboekt op vlak van beeldvorming en representatie. Toch zijn er ook nog heel wat uitdagingen. Een superdiverse samenleving betekent een grote rijkdom aan ervaringen, achtergronden, identiteiten en opinies. Die rijkdom is nog ondervetegenwoordigd in de media. Het Minderhedenforum wil met volgende adviezen een aanzet geven om de representatie en participatie van personen met migratieachtergrond bij de VRT structureler in te bedden.

Personen met een migratieachtergrond zijn voor de VRT 'nieuwe Vlamingen'. Daarmee bedoelt de organisatie personen met minimum één ouder met een niet-EU15-nationaliteit bij de geboorte. Het Minderhedenforum handelt echter vanuit een intersectioneel kader: een individu staat op verschillende manieren in de samenleving, met daaraan verschillende uitsluitings- of participatiemechanismen verbonden. Personen met een migratieachtergrond zijn geen homogene groep. De diversiteit, het verschil in behoeften, onzichtbaarheden en vragen zijn dus groot.

Volgens de beheersovereenkomst 2016-2020 moet de VRT streven naar diversiteit in beeldvorming bij alle intern en extern geproduceerde televisieprogramma's, maar niet bij aangekochte programma's. Het streefcijfer voor afkomst is 7,5 pro-

cent nieuwe Vlamingen. De VRT haalt dat streefcijfer. In 2018 was het 8,1 procent; in 2019 8,3 procent. Overigens trekt Ketnet de percentages naar boven.

In de beheersovereenkomst staat: "De VRT schenkt voldoende aandacht aan diversiteit. De publieke omroep stelt zich tot doel iedereen aan te spreken en handelt daarom in haar producties een representatieve, niet-stereotiepe, genderneutrale en genuanceerde beeldvorming van alle geledingen in de samenleving. De VRT doet dit op een respectvolle manier, met open blik en is hierbij alert voor demografische ontwikkelingen. Ook de toegankelijkheid van het aanbod is voor de VRT een essentieel onderdeel van haar publieke opdracht."

Het Minderhedenforum heeft enkele adviezen om die ambitie waar te maken. De VRT is altijd een waardevolle partner geweest voor het Minderhedenforum en heeft interessante uitwisselingen met zijn team Diversiteit en andere diensten.

Op het vlak van beeldvorming vraagt het Minderhedenforum het streefcijfer voor personen met migratieachtergrond in het VRT-aanbod te verhogen tot 12 procent. Dat cijfer is gebaseerd op de demografische realiteit van personen met minimum één ouder met niet-EU15-nationaliteit bij de geboorte. Daar personen van de tweede en derde generatie niet eens meegerekend zijn, is dat cijfer meer dan realistisch.

Voorts vraagt het Minderhedenforum een jaarlijkse kwalitatieve monitoring over context en inhoud waarin personen met migratieachtergrond actief in beeld komen. Die personen worden al te vaak herleid tot die migratieachtergrond en in items geportretteerd die rechtstreeks met dat facet van hun identiteit te maken hebben. Een extreem voorbeeld daarvan is het programma Taboe. Frappant was dat in de aflevering over personen met een migratieachtergrond nagenoeg enkel mensen met die achtergrond in het publiek zaten, terwijl ze daar in andere afleveringen helemaal ontbraken. Het Minderhedenforum wil nagaan hoe vaak de betreffende groep als expert of getuige wordt aangevoerd in onderwerpen die niets met migratie te maken hebben. Mathieu Charles geeft als voorbeeld een vrouw met een migratieachtergrond die toont hoe goede frieten gebakken horen te worden. Hoewel er heel wat backlash op kwam, is dat goede beeldvorming.

Het Minderhedenforum vraagt voorts streefcijfers voor het aankoopbeleid op vlak van etnisch-culturele diversiteit, alsook een consequent en duurzaam beleid voor het gebruik van de expertendatabank. Die databank moet ook worden aangevuld met personen met een migratieachtergrond.

De beheersovereenkomst legt de VRT een diversiteit in personeelssamenstelling op van 4 procent nieuwe Vlamingen. De VRT kan of wil daarover echter geen cijfers geven. Het Minderhedenforum vraagt dan ook een kwantitatieve monitoring van het aantal personeelsleden en freelancers in dienst met migratieachtergrond, alsook een kwalitatieve monitoring van de functies die ze bekleden. Al te vaak werken die mensen immers in onderhouds- of horecafuncties. Hoe hoger in een organisatie, hoe minder ze vertegenwoordigd zijn. Het Minderhedenforum wil daarom weten in hoeverre ze vertegenwoordigd zijn bij programmamakers, in leidinggevende functies enzovoort.

Naar analogie met het streefcijfer van de Vlaamse overheid – die daarin ook mensen met een EU-achtergrond meerekent – suggereert het Minderhedenforum om het percentage personeelsleden met migratieachtergrond te verhogen naar 10 procent, maar dan wel met behoud van de VRT-definitie voor nieuwe Vlaming, dus met minimum één ouder uit een niet-EU15-land.

Ook is het nodig dat de VRT vormingen en trainingen aanbiedt, aangepast aan de verschillende diensten binnen de VRT én vanuit intersectionele handelingskaders.

Het Minderhedenforum gaf al dergelijke opleidingen aan mensen van de openbare omroep. Daaruit blijkt interesse, maar ook heel wat onwetendheid.

De VRT is een goede overlegpartner voor de belangenverenigingen. Het Minderhedenforum maakt deel uit van de adviesgroep van de VRT en zetelt in het kernoverleg en in de jury voor de diversiteitstrofee. Ook in verschillende andere vergaderingen en studiedagen ontmoeten de VRT en het Minderhedenforum elkaar.

Het forum vraagt dat diversiteit in het DNA van de VRT als ambitie gehonoreerd wordt in de beheersovereenkomst, met een concrete visie, missie en aanpak. Het team Diversiteit moet zijn werk kunnen voortzetten met oog op duurzame implementering van diversiteit of verschil als norm. Overleg tussen de VRT en middenveld moet structureel geïmplementeerd worden, en uitgebreid met organisaties die representatief zijn voor zowel de traditionele doelgroepen als voor de verschillende intersecties, dus ook LGBTQI-organisaties.

2.2. Toelichting Ambrassade

Sarah Latré, coördinator van WAT WAT bij de Ambrassade, legt uit dat de Ambrassade van de Vlaamse Regering de opdracht heeft gekregen om meer dan honderd Vlaamse jeugdwerkorganisaties en de Vlaamse Jeugdraad te ondersteunen, en voorts de jeugdinformatie in Vlaanderen te coördineren. Die laatste opdracht wordt onder andere in de praktijk gebracht met WAT WAT, een informatie- en adviesplatform voor jongeren tussen 11 en 24 jaar. Daarachter staat een netwerk van meer dan zeventig organisaties.

Goed beleid is gebaseerd op participatie van burgers, dus ook van kinderen en jongeren. Een kwart van de Vlaamse bevolking is jonger dan 24. Hun participatie aan het beleid van de openbare omroep moet vertaald zijn in de beheersovereenkomst.

WAT WAT heeft hen zelf gevraagd wat ze willen van de VRT. Op de eerste plaats willen ze een aanbod op hun maat. De VRT is volgens de beheersovereenkomst verplicht een aanbod te hebben voor kinderen en voor jongeren. MNM en Ketnet vervullen die rol.

Daarnaast willen kinderen en jongeren bereikt worden op plaatsen waar zij zijn. Voor heel wat van hen betekent dat online, voor elk van hen is dat in het onderwijs. Het instagramkanaal *nws.nws.nws* en de YouTube-series *Labels* en *Flowjobs* zijn goede voorbeelden. Kinderen en jongeren zijn de lineaire televisie aan het verlaten. Met KLAAR brengt de VRT audiovisuele content voor het secundaire onderwijs. Met EDUbox laat de VRT scholieren kennis maken met maatschappelijke thema's.

Kinderen en jongeren willen bereikt worden met inhoud die vertrekt vanuit hun leefwereld. Ook dat doet de VRT al goed. Kinderen willen ook te zien zijn in het reguliere aanbod, dus niet alleen in aanbodmerken die speciaal voor hen bedoeld zijn. De VRT moet de jeugd in al zijn diversiteit laten zien in nieuws, talkshows, soaps enzovoort. Een personage als Britney in *Thuis* is een goed voorbeeld.

Er gebeurt al heel wat, maar het kan altijd beter. Daarom heeft WAT WAT als netwerk zes concrete aanbevelingen.

De eerste is: bouw nieuws op maat van tieners verder uit. Een jaar geleden is de VRT zoals gezegd gestart met het instagramkanaal *nws.nws.nws*, met actualiteit voor tieners. Dat initiatief heeft de leeftijds kloof tussen Karrewiet en Het Journaal gedicht. Dat prachtige werk ziet WAT WAT graag voortgezet. Een samenwerking met het netwerk van WAT WAT is aangewezen, opdat elke partner vanuit zijn sterkte kan bijdragen aan het optimaal informeren en doorverwijzen van jongeren.

Nws.nws.nws wil een website maken met nieuws voor tieners. Op zijn eigen website watwat.be brengt WAT WAT nu al kwaliteitsvolle informatie op jongerenmaat, die een link met de actualiteit legt. Samenwerking zou dan ook logisch zijn, en de eerste gesprekken daarover zijn ook al gevoerd.

De tweede aanbeveling is de VRT uit te dagen om er te zijn voor alle kinderen en jongeren. Dé jongere bestaat immers niet. Succes en bereik meet je niet af aan instagramlikes alleen. Misschien moet de beheersovereenkomst de VRT vragen om specifieke doelgroepen van tieners te bereiken met nieuws. 'Er zijn voor alle Vlamingen' betekent immers ook oog hebben voor jongeren die niet op instagram zitten en minder mediawijs zijn, maar ook voor hen die meer informatie op maat willen dan een instagrapost. De VRT moet er zijn voor alle jongeren, maar voor sommigen misschien toch net iets meer.

De derde uitdaging is gelijkwaardig samenwerken met expertenorganisaties. Ketnet wordt geroemd om zijn aanpak. Het net is net als zijn doelgroep constant in evolutie. Ketnet slaagt erin programma's te maken die recht uit de leefwereld van de kinderen en jongeren komen. Het werkt hiervoor al op een heel goede manier samen met heel wat expertenorganisaties, bijvoorbeeld voor de Dokter Bea Show met Sensoa, voor D5R en 4eVeR met Awel. Die geïntegreerde aanpak en open blik zijn een inspiratie voor de rest van de VRT.

De stakeholdersbevraging van de SARC brengt bij heel wat stakeholders frustratie aan het licht over hun samenwerking met de VRT. Ze worden laat, niet of pro forma betrokken bij een programma voor een doelgroep waarvoor ze het netwerk en de expertise hebben. Zo blijven kansen liggen op een mooie samenwerking en het vormgeven van een goede VRT. Ook voor jongeren geldt dat. WAT WAT vraagt dan ook de VRT niet de vrijheid maar de expliciete opdracht te geven om samen te werken aan de inhoud, voor het bereik van kinderen en jongeren.

De vierde aanbeveling is kinderen en jongeren meer te laten zien en horen in het volledige aanbod van de VRT. De Vlaamse Jeugdraad schreef een boeiend advies over representatie van jongeren in de media. Hij ging daarover in gesprek met 1300 jongeren. Daaruit blijkt dat jongeren zich niet herkennen in de Vlaamse media. Nochtans kijken, luisteren en streamen ze massaal.

Het is jammer dat de VRT de aansluiting met de jongeren mist. Streamingdiensten hebben al heel lang begrepen dat diversiteit kwaliteit is. Wil de VRT aansluiting vinden bij jongeren, dan moet ook zij volop inzetten op het tonen van diversiteit. 'You can't be what you can't see'. Nogal wat jongeren haken af omdat ze geen jongeren zien die op hen lijken. Ongeveer 20 procent van de bevolking is onder de achttien jaar. Toch komt die groep in nieuwsprogramma's maar 3 procent van de tijd aan bod. Dat blijkt uit de nieuwsmonitor van Steunpunt Media. Jongeren kunnen zich niet identificeren met media die hen gewoon over het hoofd zien. Nochtans hebben ook zij een mening: over het rookverbod, het uitblijven van een Federale Regering, noem maar op. Het is zaak hen volwaardig aan het woord te laten in talkshows, nieuws, duidingsprogramma's enzovoort.

Om die reden vraagt WAT WAT streefcijfers voor kinderen en jongeren. Voor kwaliteitsvolle representatie is monitoring nodig. Dat gebeurt alleen als er streefcijfers zijn. WAT WAT pleit dus voor jongerenquota, zodat de VRT via de beheersovereenkomst uitgedaagd wordt om meer jongeren aan het woord te laten in haar reguliere werking zonder te vervallen in tokenisme.

De zesde aanbeveling is de VRT de opdracht te geven om andere Vlaamse media te inspireren met experimenten, inzichten en onderzoek rond het bereiken van kinderen en jongeren. Het objectief is immers dat de Vlaamse media in hun geheel aansluiting vinden bij de Vlaming in al zijn diversiteit.

Samengevat vraagt WAT WAT om de twee aanbodsmerken te behouden zonder daarin kinderen en jongeren weg te steken, en om de VRT de vrijheid te geven om te experimenteren wanneer ze werkt maakt van de zes aanbevelingen. Het netwerk van WAT WAT zal daarbij een constructieve partner zijn, biedt Sarah Latré aan.

2.3. Toelichting VSF

Koen Umans werkt voor Basketbal Vlaanderen, is manager van de Belgian Cats en bestuurder van de Vlaamse Sportfederatie. De VSF heeft 64 federaties als aangesloten leden. Ze vertegenwoordigt ongeveer 1,5 miljoen sportende Vlamingen in zowat 17.000 sportclubs. Sport is goed voor zowat 0,38 procent van de Vlaamse begroting.

Vooraf verzekert Koen Umans dat de Belgian Cats evenveel betaald krijgen als de Belgian Lions, maar vraagt hij toch ook oog te hebben voor de marktwerking. In het basketbal genereert de NBA middelen van een heel andere orde dan de WNBA. De situatie is er net omgekeerd dan in de modewereld. Een tendens kan echter keren. De Belgian Cats scoorden met 580.000 kijkers de best bekeken rechtstreeks uitgezonden zaalsportwedstrijd op de VRT.

Vervolgens komt de spreker tot de insteek van de Vlaamse Sportfederatie bij de beheersovereenkomst met de VRT. Volgens het Topsportactieplan IV krijgt topsport voor de volledige olympiade ongeveer 85 miljoen euro. Het plan legt ook een communicatiebeleid vast, met focus op de teams en atleten die kunnen genieten van steun van de Vlaamse overheid. Doel is in eerste instantie instroom in de sport, dus het rekruteren van en investeren in talenten. Dit beleid kan ook bepaalde doelgroepen inspireren en enthousiasmeren voor sport en sportparticipatie. De communicatie is voorts nodig om te verantwoorden waarom de Vlaamse overheid in topsport investeert. Zo circuleert lang niet in elke sporttak veel geld en blijft dat zelfs beperkt tot maar enkele sporten. Nina Derwael verdient bijvoorbeeld minder dan 1500 euro per maand. Met het communicatiebeleid wordt ook een branding van het merk Sport Vlaanderen, nu uitgebreid tot Events Flanders, beoogd.

Voor het uitzenden van sport moeten keuzes gemaakt worden. De zendtijd is immers beperkt. Daarbij komt nog dat de productiekosten grote verschillen vertonen. Een wielervedstrijd tonen kost meer dan een stadionwedstrijd. Het filmen van een voetbalwedstrijd met zestien camera's kost meer dan een rugbywedstrijd, waarvoor maar één of twee camera's nodig zijn. Het derde element dat de keuze bepaalt, zijn de televisierechten. Daar speelt een mattheuseffect: de rechten gaan naar degene die ze kan betalen en daar dan nog rijker van wordt.

Het regeerakkoord besteedt trouwens aandacht aan de voetbalrechten. Kleinere sporten genieten niet van televisierechten. Op Eén worden de meest populaire sporten op topmomenten uitgezonden. Ook Canvas wordt vlot ingeschakeld voor sport, maar daar blijft die wel ondergeschikt aan de actualiteitsprogramma's Terzake en De afspraak. Sport wordt soms midden in een uitzending verwezen naar het Ketnetkanaal. Probleem daarbij is niet alleen dat Ketnet voor de jeugd is bedoeld, maar ook dat de kijkcijfers aantonen dat de kijker dat kanaal vaak niet eens blijkt te vinden.

De VRT gaat uit van een crossmediale benadering, een aanpak die Koen Umans graag nog bevordert ziet. De combinatie van sociale media, traditionele televisie, podcasts, livestream, Facebook Live enzovoort vergroot het bereik van sport op de VRT. Om jongeren enthousiast te maken, zal de openbare omroep zich in hun leefwereld moeten begeven.

De sportsector levert op zijn beurt een bijdrage aan de VRT. Sommige rijkere federaties betalen een deel van de reis- en verblijfkosten van journalisten, wat hun

een return in zendtijd oplevert. Sommige federaties leveren beeldmateriaal en stellen de streaming van hun wedstrijden aan de VRT ter beschikking. Zoiets heeft een multiplicatoreffect. De kijkcijfers van streaming zijn de laatste jaren spectaculair aan het stijgen. Sportfederaties stellen ook graag experts ter beschikking als side-kicks van sportjournalisten.

De annexe verplichtingen van bepaalde sportcontracten bemoeilijken een en ander. In het kader van gendergelijkheid staat de openbare omroep onder druk om niet alleen de wedstrijden van de Rode Duivels maar ook die van de Red Flames uit te zenden. In het wielrennen gebeurt iets gelijkaardigs. Maar daardoor blijven andere sporten van die zendtijd en middelen verstoken. De kwaliteit van de sport of de betrokkenheid zijn valabele criteria. Begoeede sportfederaties kunnen echter clausules afdwingen die negatief zijn voor andere federaties.

Wat de sport betreft, heeft de VRT amper concurrentie van de commerciële omroepen. De zenders van DPG Media en SBS tonen enkel interesse in het voetbal en in mindere mate in het wielrennen, maar totaal niet in andere sporttakken. Voor bepaalde sporten worden excessieve rechten betaald, voor het merendeel van de sporten niet.

Betaaltelevisie kan perverse gevolgen hebben: minder populaire sporten moeten betalen om uitgezonden te worden, en hun kijkcijfers blijven intussen laag omdat niet iedereen abonnee is en omdat niet alle abonnees geïnteresseerd zijn. Een uitzending op het open net is noodzakelijk om belangstelling voor bepaalde sporten te ontwikkelen.

De jongste maanden zijn de zogenaamde e-sports in opgang. Elke maandagavond streamt de site van Sporza live League Of Legends. Ook de Jupiler Pro League ofte 'pintjesliga' zet zwaar in op dat gamingsysteem, met gameclubs van Anderlecht, Club Brugge en KV Mechelen. Maar met twee duimen een console bedienen beschouwt de VSF niet als een sport, aangezien sport beweging veronderstelt. Koen Umans heeft niets tegen die competitie maar roept de VRT op om die niet als sport te beschouwen.

Sport kan inspirerend werken in de 'soft issues'. Populaire programma's kunnen een bepaalde sportcultuur teweegbrengen. Zo kan een sportend personage in Thuis mensen aansporen tot bewegen.

Tot slot biedt de Vlaamse Sportfederatie haar diensten aan voor een kritische reflectie over het domein sport in het kader van de beheersovereenkomst.

2.4. Bespreking

De commissie dankt de sprekers voor hun heldere uiteenzettingen en heeft daarbij geen verdere vragen en opmerkingen.

Elisabeth MEULEMAN,
voorzitter

Karin BROUWERS
Klaas SLOOTMANS,
verslaggevers

Gebruikte afkortingen

4eVeR	Forever
AdLit	advertising literacy
AVMD	audiovisuele mediadiensten
BBC	British Broadcasting Corporation
CEDAW	Convention on the Elimination of all Forms of Discrimination Against Women
D5R	De Vijver
DPG	(historisch) De Persgroep
e-sport	electronic sport
EU15	Europese Unie 15 lidstaten (tot 1 mei 2004)
GRIP	Gelijke Rechten voor Iedere Persoon met een Handicap
JEP	Jury voor Ethische Praktijken inzake Reclame
KBVB	Koninklijke Belgische Voetbalbond
KU Leuven	Katholieke Universiteit Leuven
LGBTQI	lesbian, gay, bisexual, transgender, queer and intersex
MNM	Music and More
NBA	National Basketball Association
PP	product placement
RAI	Radiotelevisione Italiana
SARC	Strategische Adviesraad voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media (= Raad voor Cultuur, Jeugd, Sport en Media)
SBS	Scandinavian Broadcasting System
UAntwerpen	Universiteit Antwerpen
VN	Verenigde Naties
VRM	Vlaamse Regulator voor de Media
VRT	Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie
VSF	Vlaamse Sportfederatie
VTM	Vlaamse Televisiemaatschappij
VUB	Vrije Universiteit Brussel
WNBA	Women's National Basketball Association