

De openbare omroep kan versterkt uit de crisis komen

Op 23 april 2009 kreeg ik de gelegenheid om namens het ABVV een tussenkomst te doen in de Mediacommissie van het Vlaams Parlement. Enkele deskundigen kregen de gelegenheid om hun visie over de crisis in de media te geven. Immers de Staten-Generaal voor de Media was een initiatief van de minister-president, tevens minister voor Media, Kris Peeters. Het Vlaams Parlement en zijn Mediacommissie waren daar niet bij betrokken.¹

Deze tussenkomst is geen marxistische of links-syndicalistische analyse van de crisis in de media. Ze bevat die elementen van de analyse en de voorstellen, waarvan het nuttig is ze naar voor te brengen in een milieu van parlementsleden en hun medewerkers in een taal en argumentatie voor deze doelgroep.

Binnen de VRT is deze tussenkomst erg geapprecieerd zowel door de ACOD-militanten en -leden als door leden van het management.

Een beeld van de Vlaamse audiovisuele sector

Graag begin ik met enkele cijfers.

In de Vlaamse audiovisuele media werken ongeveer 5000 mensen met een statuut van loonarbeid, waarvan 2800 op de VRT en 2200 die onder het Paritair Comit 227 vallen. (De grote distributeurs zoals Belgacom en Telenet zijn hier niet inbegrepen.) Daarnaast is er ook een groot aantal zelfstandigen, echte en valse, actief in de audiovisuele sector.

De omzet van de audiovisuele sector is van gelijke grootteorde als de printmedia, 1,2 à 1,3 miljard euro. De VRT neemt daarvan 400 miljoen euro voor haar rekening.

De productiehuisen (zoals Woestijnvis, De Mensen ...) hebben een jaarlijkse omzet van 130-140 miljoen euro, waarvan een kleine helft wordt afgenomen door de VRT.

De reclame-inkomsten van de media bedragen volgens de cijfers van de reclameregies 1,680 miljoen euro, waarvan ongeveer de helft naar radio en tv gaat (10 % naar radio en 40 % naar tv).

Vanuit welke kader bekijken wij als vakbond de crisis in de media?

Het ABVV heeft al verschillende acties gevoerd met als uitgangspunt: het zijn niet de werknemers die moeten opdraaien voor de crisis. De crisis is veroorzaakt door het onverantwoordelijk gedrag van de topbankiers en deint nu uit over alle sectoren. Het zijn de werknemers die via ontslagen, inkomensverlies en toenemende openbare schuld de kosten dragen, terwijl de verantwoordelijken, dikwijls met grote beloningen en straffeloos, het schip verlaten of zelfs opnieuw de touwtjes in handen krijgen. Het blijkt bovendien dat bedrijfsleiders in sectoren die veel minder getroffen zijn, toch de algemene crisissfeer gebruiken om herstructureringen te motiveren en door te duwen die anders ook waren naar voor gekomen, niet om het bedrijf en de tewerkstelling te redden maar wel voor de eenvoudige winstmaximalisatie.

De audiovisuele sector is, met uitzondering van de VRT, een jonge sector waar de collectieve bescherming van de werknemers nog in de kinderschoenen staat. En ook op de VRT is onder andere door de omschakeling van statutaire naar contractuele tewerkstelling heel wat veranderd op sociaal vlak, met daarnaast ook interim-arbeid, werken op factuur,

onderaanneming ... voor taken binnen de omroep. De crisis in de audiovisuele mediasector is natuurlijk niet te vergelijken met de ravages aangericht in de industriële sectoren. Dat is echter geen reden om de problemen niet in kaart te brengen en te ijveren voor een correcte aanpak.

Media zijn geen producten als een ander. Informatie, cultuur, educatief verantwoorde programma's voor kinderen en jongeren, educatie behoren tot het democratisch surplus van onze samenleving. Het is een plicht van een democratische samenleving om zijn burgers te bedienen met deze ingrediënten. De drijfveer van een programmamaker, een kunstenaar of een journalist is niet geld of de noodzaak om via zijn of haar arbeid te voorzien in zijn levensonderhoud. De drijfveer van een creatieve persoon is de wil om iets mooi, iets interessant, iets leerrijk aan te bieden aan zijn medemens. Toen Gert Verhulst Samson creëerde was hij absoluut niet bezig met het succes of de winst van zijn eigen productiehuis, neen, hij wou kinderen boeien. Toen Bart De Pauw en Tom Lenaerts hun Schalkse Ruiters op tv-kijkend Vlaanderen loslieten, was er nog geen sprake van Woestijnvissen of exclusiviteitscontracten.

Om een inzicht te verwerven in de crisis in de media, dienen we dit vanuit 4 invalshoeken te bekijken: de financieel-economische, de technologische, de democratische en de sociale. Traditioneel wordt in hoofdzaak gefocust op het economische en het technologische. Als vakbond willen we ook de aandacht vestigen op de schade die de crisis veroorzaakt op democratisch en sociaal vlak, schade die op zijn beurt de crisis verdiept.

Financieel-economische structuur

Sinds twintig jaar (1989) is de financieel-economische structuur van de mediasector fundamenteel veranderd. Toen waren er krantenuitgevers verbonden met een ideologische stroming en de openbare omroep. Vooruit en Volksgazet vertolkten de socialistische stroming, Het Laatste Nieuws de liberale, Het Volk was het dagblad van de christelijke arbeidersbeweging en de andere kranten vertegenwoordigden de rechtervleugel van de christen-democraten. Nu zijn er enkele grote groepen met belangen zowel in de print- als in de audiovisuele sector: Corelio heeft De Standaard, Het Nieuwsblad en Het Volk, maar ook belangen in het belangrijke productiehuis Woestijnvis. Roularta met Knack en De Persgroep met het Laatste Nieuws, De Morgen en De Tijd, zijn samen eigenaar van VMMA, dat VTM, Jim-TV, Q-music en Kanaal Z realiseert. Voor deze kapitaalgroepen geldt veel meer de logica van elk bedrijf, namelijk het maximale rendement, dan het bijdragen tot een betere democratische samenleving. De ideologische boodschap en de journalistieke drive zijn vervangen door winst- en marktdenken. De vervlechting met en de afhankelijkheid van reclame-inkomsten en marketing drijven de mediasector naar de risico's van de vrije markt. Wanneer dan gans het systeem daverd op zijn grondvesten komen ook in de mediabedrijven de brokken los en vallen ze op de hoofden van het personeel. Minder inkomsten worden afgewenteld op het personeel: ontslagen, verhoogde werkdruk, lagere vergoedingen ...

Nieuwe technologieën

Nieuwe technologieën creëren nieuwe mogelijkheden en nieuwe media. In plaats van deze nieuwe kansen te benutten voor een beter aanbod aan de burger en voor meer mogelijkheden en leefbaarder werkomstandigheden voor de mediawerkers, worden de nieuwe technologische mogelijkheden vooral bekeken vanuit het oogpunt van de financiële opportuniteit. Dit leidt naar een laagwaardiger aanbod voor het publiek en naar meer stress voor de medewerkers. Alles wat snel en sneller kan gemaakt en verspreid worden is OK, alles wat meer diepgang, achtergrond, napluizen, dubbelchecken vergt, wordt problematisch.

Democratisch en sociaal surplus

Concentraties in de sector en eenzijdige toepassing van de nieuwe technologieën bedreigen het democratisch surplus. Een redactie die verschillende platformen of bladzijden in verschillende kranten vult, vermindert de rijkdom van verschillende invalshoeken en meningen. De marketeer vervangt de deskundige, niet de inhoud is belangrijk, wel de kans om de aandacht van kijkers en luisteraars te trekken.

De werkdruk en de onzekere contracten waren al langer toegenomen, maar de crisis heeft nu ook de kwaal van de ontslagen geïntroduceerd. De onzekerheid over de toekomst neemt toe bij alle collega's.

De crisis stelt de dingen scherp en geeft ons de kans tot fundamentele keuzes

Maatschappelijk noodzakelijke diensten in handen geven van de markt is risicogedrag. Zoals dit geldt voor de gezondheidszorg of het onderwijs, geldt dit ook voor de media. Het uitgebreid aanbod en de kwaliteit van media komt in gevaar doordat het ganse gebeuren te afhankelijk is van de kwetsbare reclame-inkomsten of van overheidstoelagen, die in crisistijden eerst gebruikt worden om de banken en de bedrijven bedienen, waardoor de openbare dienstverlening aan de burger moet wijken.

Het debat over het kwaliteitsverlies komt in alle scherpste naar voor. Terwijl het debat startte rond ontslagen en inlevering, werd al snel het echte pijnpunt duidelijk: de sluipende onvrede over de vermarkting van de media. Twintig jaar marktdenken op bijna alle platformen van de media, print en audiovisueel, privé en openbaar, heeft de kwaliteit al danig aangetast. De crisis zorgt voor een nieuwe aanval: ontslag van journalisten, kwaliteitsverlies van foto's ...

De eerste stappen zijn gezet om de loon- en werkomstandigheden in de private audiovisuele sector te reguleren door akkoorden in het Paritair Comité 227, waar een eerste akkoord over een functieclassificatie en (veel te lage) barema's werden afgesloten. Dit prille begin aan non-male sociale relaties wordt doorkruist door de problemen van behoud van tewerkstelling (ontslagen bij VTM, Videohouse en SBS, productiehuisen die in gevaar komen ...). In plaats van meer komt er minder zekerheid voor de collega's.

De enige stabiele factor is de openbare omroep. De keuze van de Vlaamse overheid om doorheen de laatste 20 jaar te blijven investeren in de VRT als motor van de Vlaamse audiovisuele sector is de juiste gebleken. En ik zeg dat niet als afgevaardigde van een VRT-vakbond ter verdediging van mijn eigen werkgever, maar omdat een objectieve analyse vanuit syndicaal en democratisch oogpunt tot die conclusie leidt. In de Verenigde Staten gaan stemmen op om non-profit fondsen te creëren om de kwaliteitsmedia te behouden. In Vlaanderen hebben we een grote openbare non-profit organisatie die we kunnen en moeten benutten om beter uit de storm te komen.

Blijven geloven in het enig zaligmakende vrijemarktdenken of het roer omgooien? Vijf noodzakelijke pistes.

1. Inspanningen van iedereen zijn nodig om te voorkomen dat het personeel het slachtoffer wordt van de crisis of van de crisismanipulatie. Media is mensenwerk en men is geen goede werkgever als men denkt dat besparen op personeel een juiste oplossing is. Er is de voorbije jaren enorm geïnvesteerd in de opleiding van mensen. Deze vele jonge medewerkers hebben zichzelf vanuit de praktijk gevormd, de meer ervaren collega's hebben zich moeten bijscholen door de verandering van de technologieën: al dat menselijk kapitaal moet gekoesterd worden.
2. Er is geen oplossing mogelijk zonder inbreng van de vertegenwoordigers van het personeel: de vakbonden, de journalistenbond, de redactieraden en anderen. Daarom appreciëren we dat we werden gevraagd om te spreken en dat we het

woord hebben gekregen op de Staten-Generaal. Maar ook in de structurele organen dient de vakbond als grootste en betrokken sociale organisatie vertegenwoordigd te zijn.

3. De openbare omroep ondersteunen als waarborg voor de leefbaarheid en de kwaliteit van de sector is een opdracht voor de overheid. Pogingen om zowel de totale financiering als de openbare opdracht zoals geformuleerd in de beheersovereenkomst af te bouwen, zijn signalen in de verkeerde richting. De VRT besteedt jaarlijks 60 miljoen euro aan opdrachten aan de productiehuizen en 20 miljoen euro aan de facilitaire bedrijven, wat overeenkomt met een tewerkstelling van minstens 600 voltijdsen. Een afzwakking van de VRT om op een onduidelijke en onzekere manier meer middelen naar andere spelers te laten vloeien, is de verkeerde lessen trekken uit het verleden en uit de actuele crisis. De overheid moet zijn verantwoordelijkheid nemen en de instrumenten die hun deugdelijkheid hebben bewezen gebruiken.
4. Het voorstel van de VRT-directie op de Staten-Generaal voor meer samenwerking met andere mediaspelers moet au sérieux genomen worden. De VRT is afgestapt van een concurrentiemodel en wij ho-pen dat zowel de overheid als de VRT-directie de VRT gaan gebruiken waarvoor een openbare dienst dient, namelijk om het geheel van de gemeenschap te dienen.
5. De crisis moet ons aansporen om het debat over de kwaliteit in alle diepte te voeren: de onderzoeksjournalistiek, meer achtergrondinformatie, meer echte tegensprekelijkheid, de berichtgeving over Europa, de onafhankelijkheid van de redactie en de plaats van de hoofdredacteur, enz. In deze onzekere tijden hebben alle burgers nood aan meer kwaliteit in de media. Wij zijn er voorstander van dat ook hierin de VRT als openbare partner mee een voortrekkersrol speelt, zowel in het maatschappelijk debat als in de concrete realisatie.

Toch een afsluiter over het nieuwe mediadecreet: het is mijn bescheiden mening dat de aanpassing van het mediadecreet dit voorjaar nog leed aan de ziekte van de voorbije twintig jaar, namelijk het eindeloos geloof in de markt. Alle aandacht gaat naar meer mogelijkheden voor de commerce en het democratisch aspect is zo goed als ondergesneeuwd. Nochtans was er in de Europese richtlijn, die één van de basiselementen was voor de aanpassing van het Vlaams mediadecreet, een groter evenwicht tussen democratie en commerce. Het is erg om zwakker te scoren dan het neoliberale Europa.

Luk Vandenhoeck is algemeen secretaris van ACOD-VRT.

Noten

1. Voor het officiële verslag van deze zitting, zie: <http://jsp.vlaamsparlement.be/docs/stukken/2008-2009/g2254-1.pdf>.