

Een grote keten biedt gsm's aan tegen 1 euro voor wie er een abonnement bij neemt. Vind jij zulke koppelpromoties aanvaardbaar?

JA 54%  
NEE 46%

Reageren? [lezers@demorgen.be](mailto:lezers@demorgen.be)

## PASCAL DELWIT spreekt zijn verwachtingen uit ten aanzien van toekomstige Brusselse en Waalse regeringen

# Wat groeit er aan de Franstalige olijfbomen?

**Wat valt er van de toekomstige olijfbom-coalities in Wallonië en Brussel te verwachten? Zoals overal is de budgettaire speelruimte beperkt. Pascal Delwit beschouwt onderwijs niettemin als grote uitdaging bezuiden de taalgrens, en voorspelt dat de onderhandelingen over een staatsvorming opnieuw naar het federale niveau verhuizen.**



PASCAL DELWIT

is professor aan het Centre d'étude de la vie politique de l'Université libre de Bruxelles (ULB)

Na een week onderhandelen hebben Ecolo en cdH niet de MR maar de PS gekozen als meerderheidspartner in de Waalse en Brusselse gewestregering en in de regering van de Franse Gemeenschap. Waar zullen de prioriteiten van de nieuwe olijfbomregeringen liggen? Die vraag kan beantwoord worden vanuit twee invalshoeken. De eerste is realistisch en minimalistisch, en gaat uit van de economische en financiële crisis.

In die context zal het weinigen ontgaan zijn dat de marges, om het eufemistisch te zeggen, uiterst klein zijn. Zo bekeken zullen de eerste doelstellingen van de volgende regering erin bestaan de nieuwe spiraal van de openbare schuld van gewesten en gemeenschappen te stoppen en het begrotingstekort geleidelijk terug te dringen zonder een 'sociaal bloedbad' aan te richten, om de woorden van de socialistische partij in de laatste week van de verkiezingscampagne te gebruiken. Een weinig bemoedigend vooruitzicht. Toch moeten we vaststellen dat de partijen in de campagne en na 7 juni de mond vol hadden van 'voorwaarden' en 'grote ambities', maar eigenlijk weinig gezegd hebben over hun precieze sociaal-economische doelstellingen. Zelfs de MR, die uit de gesprekken gewerd is, heeft zich vóór de keuze van cdH en Ecolo beperkt tot een thematiek van 'echte verandering', en na die keuze tot de 'gemiste kans voor echte verandering'.

### Voluntaristisch

Toch is er een tweede, meer voluntaristische kijk op de zaak, die zich niet laat beperken door het economische keurslijf. Verschillende elementen spelen daarin mee. Het eerste kan beschouwd worden als budgettair neutraal, en heeft te maken met de kern van de politieke communicatie van de voorbije dagen: de vestiging van een 'ander'

of een 'nieuw bestuur'. Met die uittreuren herhaalde retoriek wordt verwezen naar regels over het cumuleren van mandaten, de bevoegdheden en budgetten van de provincies, de gedeeltelijke reorganisatie van de semipublieke sector, een nog nauwere samenwerking tussen de Waalse en Brusselse regio's en de Franse Gemeenschap... Zo bekeken zouden de veranderingen twee op elkaar ingrijpende gevolgen kunnen hebben: een rationalisering van de politiek met een schaalvoordeel tot gevolg, en een meer geïntegreerde aanpak van de economische problemen. Die politieke opening zou kunnen bijdragen tot een actualisering van het Marshallplan, tot een versie 'Web 2.0' in de communicatie en tot een economie van de duurzame ontwikkeling - een dwingende vraag van Ecolo.

Dan is er nog een belangrijke uitdaging: opleiding en vorming. Zoals bekend zijn de verschillen tussen de scholen in Brussel en Wallonië aanzienlijk. Op zich is de financiering

van het basis- en secundair onderwijs niet het probleem, maar veeleer de organisatie en het feit dat rekening moet worden gehouden met het specifieke karakter van Brussel. Maar hier raken we aan een heel gevoelige kwestie, waarin levensbeschouwing nooit ver weg is en waarin er een sterke druk bestaat van de maatschappelijke actoren van de onderwijsgemeenschappen (vakbonden, ouderorganisaties, secretariaat-generaal van het katholiek onderwijs...). Tot slot moet er plaats zijn voor institutionele onderhandelingen en moet de impact worden bekeken van een eventuele overheveling van bevoegdheden en middelen van het federale niveau naar de deelstaten en omgekeerd.

### Aangewezen weg

De keuze voor een olijfbomcoalitie in de deelregeringen van Franstalig België zal er ongetwijfeld toe leiden dat de cruciale onderhandelingen weer zullen gevoerd wor-

den op federaal niveau en op het niveau van de partijen. De MR, de grootste Franstalige partij na de federale verkiezingen van 2007, zal niet langer accepteren dat het debat over de staatsvorming gevoerd wordt in een dialoog van gemeenschappen of deelstaten. Dat is ook het standpunt van de hele liberale familie. Het is ook de meest aangewezen weg om te komen tot een staatsvorming waarin de twee grote taalgemeenschappen gedeeltelijk voldoende kunnen vinden. Verschillende elementen pleiten, tenminste rationeel, voor 'een landing' in deze materie. De drie 'grote' Vlaamse partijen hebben er alle belang bij dat bij de komende federale verkiezingen de communautaire en institutionele thema's niet bovenaan op de agenda staan. En aan Franstalige kant staat ruziën over taalkwesties niet garant voor electorale winst. En last but not least zou de publieke opinie, na twee chaotische jaren en door de crisis, niet begrijpen dat de totale impasse blijft duren.

## LEZERSBRIEVEN

### Treinbegeleiders met oortje

Geef treinbegeleiders en machinist een micro met oortje, waardoor ze te allen tijde contact met elkaar kunnen houden. Dan zou het treinstel met een gewoon *all clear*-signaal in alle veiligheidsreizen kunnen aanvatten. Echt duur of hinderlijk lijkt zo'n oplossing mij niet, scheidsrechters lopen er in het voetbal ook mee rond. Dit kan ongevallen, zoals de reiziger en treinbegeleider die op de sporen terecht kwamen, voorkomen.

Danny Cantaert, Zottegem

### Sabam

Ik wil graag antwoorden op de lezersbrief van Ivan Scheldeman (*DM 16/6*). Hij vroeg zich af wie of wat de Sabambetaler garandeert dat zijn geld terecht komt bij de rechtmatige kunstenaar. Als uitgever kon ik in 2007 in naam van de auteurs waarvan ik uitgever ben bewijzen dat van alle gelden die Sabam in 2006 aan organisatoren vroeg er maar een vierde werd terugbetaald aan die auteurs. Dat heeft Sabam na veel paniekerreacties en tijd aangezuiverd tot drie vierde. Eind 2008 vroeg ik me af: wat als het door Sabam opgegeven totaal niet klopt? Met andere woorden: wat is het totaal geïnde bedrag van Sabam bij de organisator? Na veel aandringen kreeg ik een half jaar later een gedetailleerde lijst van Sabam. Ik vond geïnde bedragen

waarvan de uitbetaling naar de artiest tot 1/900 van het totaal geïnde bedrag is. Het is tijd dat het ministerie van Economie daar een einde aan stelt en de lonen van bestuursleden van Sabam en co. onder curatele zet tot de zaak opgelost is: een directe, open en duidelijke doorbetaling naar kunstenaars zonder poespas.

JP Van, Halle

### Taalvaardigheid

Wat lezer Jean Pierre Verhaeghe zegt (*DM 17/6*) bevat een kern van waarheid, en het vakoverschrijdende cijfer voor taalvaardigheid klinkt nog niet eens zo slecht. Ik ga akkoord met de stelling dat taalvaardigheid, op examens die niet naar die kennis peilen, zwaar mag doorwegen. Voorts denk ik niet dat drie zware dt-fouten op een examen in het middelbaar onderwijs zo'n impact hebben op het eindcijfer. Er wordt meestal op honderd gequoteerd. Als de leerling zoveel fouten opstapelt dat het af te lezen is uit zijn cijfer, dan heb je meer dan een klein probleem. Ik stel voor dat leerkrachten in het secundair onderwijs vaker en beter gebruikmaken van feedbackmomenten, zodat hun leerlingen de punten kunnen plaatsen. 65/100 bij de ene leraar is misschien 75/100 bij een andere. Absolute cijfers blijven een indicatie, maar zonder extra commentaar betekenen ze weinig.

Christophe Martens, Ronse

# Klassieke media onder druk

**In het langverwachte Digital Britainplan bepaalt de Britse overheid dat de BBC jaarlijks 130 miljoen pond moet afstaan aan andere omroepen, zodat ze meer eigen producties kunnen maken (*DM 16/6*). 'Het begin van het einde voor de BBC', roepen waarnemers. Caroline Pauwels ziet vooral grenzen vervagen: tussen publieke en private media, tussen gevestigde media en nieuwe spelers, en tussen journalist en publiek.**



CAROLINE PAUWELS

bespreekt de omwentelingen in de media. Caroline Pauwels is directeur van het Studiecentrum Media, Informatie en Telecommunicatie (SMIT) van de Vrije Universiteit Brussel en is betrokken bij het Interdisciplinair Instituut voor Breedbandtechnologie (IBBT)

In *De Morgen* van 16 juni wordt de BBC een sombere toekomst toegedicht.

Althans als het Digital Britainrapport van minister voor Communicatie Stephen Carter aanhang vindt, wat verre van zeker is. Het rapport betekent alvast een andere kijk op het omroepbeleid in Groot-Brittannië. Voor de BBC zou het alweer besparingen met zich meebrengen, een oefening die ook de VRT niet vreemd is. Algemeener zet het rapport een tendens uit voor het hertekenen van het medialandschap in functie van digitale ontwikkelingen, en het herbekijken van traditionele mediabeleidsinstrumenten zoals de publieke omroep. Als het regent in Groot-Brittannië, druppelt het dan ook in de rest van Europa? De vraag stellen is ze beantwoorden. Er is een mediaomwenteling aan de gang, en die verdient aandacht.

In de jaren zeventig kondigde futuroloog A. Toffler al een *third wave* aan. Hij stelde dat de overgang van een industriële naar een kennisamenleving de traditionele instellingen, beleidsinstrumenten, ja zelfs mentaliteit, op de helling zou zetten. Wat we vandaag in de mediasector vaststellen, is een concretisering van wat deze futuroloog voorspelde.

Een eerste omwenteling tekent zich af binnen de gevestigde media-instellingen en bedrijven. Hun traditioneel sectorgebonden leiderschap wordt uitgedaagd door bestaande en nieuwe spelers. Dat geldt zowel voor de geschreven als voor de audiovisuele media. Zelfs de publieke omroep ontsnapt er niet aan. Integendeel. Alle media-actoren worden op elkaars terrein actief en beschuldigen elkaar bijgevolg van concurrentievervalsing. Een aanklacht die ook de Europese Commissie in stijgende mate ernstig neemt en navenant onderzoekt. Zo verwijten de Nederlandse, Duitse en Britse geschreven media de publieke omroep dat die met zijn op tekst gebaseerde nieuwswebsites in hun vaarwater komt. Een argument dat ook weleens door de hoofdredacteur van *De Standaard* wordt gehanteerd. Omgekeerd verwijt diezelfde publieke omroep dat de geschreven media op hun sites in stijgende mate ook beeld aanbieden, wat de publieke omroep dan weer als zijn corebusiness

beschouwt. Beide partijen hebben bovendien af te rekenen met de krachtig opzettende concurrentie van telecommunicatiebedrijven als Belgacom en Telenet. Op hun beurt vrezen die laatsten dan weer dat ze het moeten afleggen tegen de YouTube's en de Google's van deze wereld, die de logica van het www in hun genen hebben én globaal opereren.

Die internetactoren waren tot pakweg vijf jaar terug nog onbekend, maar zijn nu wereldleiders als het op de invulling van onze steeds meer gefragmenteerde aandacht en schaarse vrije tijd aankomt. Al die bewegingen zijn te vatten onder de globale noemer 'convergentie'. Die beweging werd in de jaren

tachtig al aangekondigd, maar wordt door sommigen vandaag nog altijd betwist. Anderen voelen die convergentie, en schrijven er verstrekkende gevolgen voor de hele media-ecologie en -economie aan toe.

Het leiderschap van de traditionele partijen kwam ook nog door een andere grensvervaging onder druk te staan. Neem nu de grenzen tussen publieke en private dienstverlening op mediagebied. In de loop der jaren raakten die uitgevlakt. De publieke omroep ging de populaire toer op ten gevolge van enerzijds een doorgedreven en soms bijzonder opportuun marketingredeneren en anderzijds het postmoderne opheffen van de hiërarchie tussen hoge en lage cultuur. Voor de kijker of luisteraar, die weliswaar volgens de enquêtes, kijk- en luisteronderzoeken, zeer trouw blijft aan zijn publieke omroep is het onderscheid tussen privé en publiek niet altijd duidelijk. Uit enquêtes blijkt dat mensen programma's niet altijd op een privé- of publieke zender kunnen onderbren-

den op eigen platformen. Neem de proef op de som: op YouTube vind je veel meer cultuur dan je zou denken, zelfs onder de vorm van *long content* en dus niet in het traditionele YouTube-formaat van enkele minuten.

Postmodernisme en marketingdenken manifesteren zich ook in de geschreven pers, waar lichte en zware kost zich - zo beweert men - in de ideale marketingmix evengoed (on)evenwichtig moeten verhouden. De geschreven pers beweert zich vast te klampen aan kwaliteit en een gids te zijn in een nieuwsoveraanbod. Maar dat is theorie. De meerwaardezoeker vindt zijn gading steeds meer op internationale nieuwsites. Dat houdt gevaren in: de sociale, culturele, politieke en economische kloof dreigt nog te vergroten, terwijl het publieke debat, het forum waarin de democratie gestalte krijgt en waarbij de media een levensnoodzakelijke rol spelen, overgesimplificeerd kan worden.

### Aandacht voor creatie

Het leiderschap van de traditionele media wordt ten slotte ook van onderuit belaagd. *User-generated content* (UGC) is in de mediasector een concretisering van Tofflers *prosumer*. UGC daagt het metier van mediamakers uit maar ook het sérius van de traditionele actoren. Het roept vragen op over de traditionele hiërarchie tussen de journalist als professional of expert en het brede, ontvangende publiek dat ernaar snakt degelijk geïnformeerd te worden. Uiteraard bevat die UGC erg veel waardeloos gezwets, maar een blogger kan best ook een specialist ter zake zijn die zijn persoonlijke medium verkiest boven de traditionele media, omdat hij het gevoel heeft dat hij daar zijn gefundeerde mening allang niet meer kwijt kan. De audiovisuele pers zoekt vooral pittige onliners voor de camera en in de geschreven pers doet de onzichtbare maar ijzeren hand van de marketeer feilloos haar werk.

In dit snel evoluerende, maar evenzeer grensvervagende medialandschap kun je de impact van de digitale omwentelingen maar beter niet onderschatten. Aan mediabedrijven en openbare omroepen om een langetermijnvisie te ontwikkelen die veel ruimer gaat dan het traditionele discours over krant, weekblad of omroep. Samenwerkingsverbanden moeten bespreekbaar zijn en afgebakend worden: tussen commerciële en publieke omroepen, tussen de culturele sector en de VRT. In de ideale marketingmix kan op zowat alle media en platformen meer plaats worden gemaakt voor diepgravende onderzoeksjournalistiek, achtergrondstukken, de betere documentaire, enzovoort. Wie kwaliteit in de breedte en de diepte wil, heeft in de eerste plaats aandacht voor creatie. Creatie, want distributieplatformen zullen er te over zijn. Dit discours is al jaren niet louter een technologisch-deterministisch discours. De huidige ontwikkelingen worden misschien gestuurd door technologische vernieuwingen, maar het is tijd om ze in te bedden in sociale en breedmaatschappelijke doelstellingen over de maatschappij en de media die wij willen. De publieke omroep blijft daarin een belangrijke rol spelen.

**Aan mediabedrijven en openbare omroepen om een visie te ontwikkelen die ruimer gaat dan het discours over krant, weekblad of omroep**

gen. Vice versa is een deel van wat van oudsher tot de publieke dienstverlening behoort zelf het strijdtonel geworden voor bestaande en nieuwe actoren. Een zender als Exqi wil de publieke omroep op zijn corebusiness van cultuurversterking concurreren. En beide spelers krijgen door ICT-ontwikkelingen precies op het domein van cultuur ook te kampen met musea of cultuurcentra die hun eigen content aanbieden.

