

KERK +leven

WEEKBLAD — NUMMER 39 — 26 SEPTEMBER 2007



Klapstoel
Michel
Van Bostraeten

blz. 7

Kerk in het
hart
van Congo

blz. 12-13

Krakau,
parel
van Polen

blz. 20

hasselt
mechelen
brugge
antwerpen

Ontwikkelingen in het Vlaamse medialandschap

Toon Osaer

Media alom tegenwoordig. Het aanbod zo overweldigend, om verloren te lopen. Maar is het entertainen niet belangrijker dan informeren? Legt de leuke look of radde tong niet meer in de schaal dan de inhoud? En hoe zit het met de journalistieke onafhankelijkheid in een wereld waar commercie, lees- en kijkcijfers de wet dicteren? Vragen voor een ervaren rot aan de vooravond van de Dag van de Media.

In de greep van de goeroe

VOR een analyse van de media in Vlaanderen zit je alvast goed bij Rik Van Cauwelaert. De journalistiek zit hem letterlijk in de genen. Vader Emiel was een gevreesde commentaarschrijver, toen *Het Volk* nog de krant was van de christelijke arbeidersbeweging. Op z'n achttien-

de had zoonlief genoeg van school en werd dan maar persfotograaf. In de schrijvende pers bereikte hij de top, want sinds 2001 directeur (algemeen hoofdredacteur) van *Knack*.

De media verzaken aan hun informatieopdracht, luidt onze stelling. Het informatiegehalte verschaamt, want alles moet leuk lezen en ogen. De baas van Vlaanderen toonaangevend nieuws-

en informatieblad nuanceert prompt. „Je moet de dingen in hun context plaatsen. In een groot complot geloof ik niet. De evolutie lijkt me veeleer ingegeven door de drang van de media om hun marktaandeel te behouden. Het zijn tenslotte economische bedrijven. Onderschat de rampzalige evolutie van de geschreven media niet. Neem de kranten. In 1950 werden er in ons land nog drie

miljoen van verkocht. Nu in tijden van brandende actualiteit amper een miljoen. Reken maar. We ondervinden nu pas ten volle de impact van de televisie.”

En hij heeft nog verklaringen. „De dagbladpers speelde de hele markt van de kleine advertenties kwijt. Jongeren zoeken hun huisvesting nu via het internet, ze gaan er op zoek naar een baan. Daarenboven weet de reclame-

wereld zelf niet goed meer waar ze aan toe is. Nu eens verkondigt ze: adverteren in de *printmedia*, verleden tijd. Alles inzetten op de audiovisuele media. Maar dan blijkt er toch nog belangstelling voor weekbladen of plotseling moeten het maandbladen met een specifieke doelgroep zijn. Momenteel lijkt die sector veeleer een gokspel.”

Hoe compenseer je minder inkomsten? „Sommigen zoeken hun heil in de verkoop van cd's en dvd's of boeken. Anderen menen dat de mensen geamuseerd willen worden en maken het leuker. Zelfs kwaliteitsbladen zetten die stap. Die 'verleuking' is gepropageerd door een aantal mediagoeroes dat de ronde doet. Ze strooien hun wijsheid rond - niet enkel bij ons, zodat media op zoek gaan naar geestige *formats*. Gevolg: het zwaartepunt in de media verschuift van pure informatie naar entertainment, en die neemt alle vormen aan. Kijk naar de zaterdagse kranten. Daarin worden almaar meer mensen uit de showbizz opgevoerd terwijl politici moeten wachten tot er een politieke crisis is.”

Verschraling

Dus toch verschraling? „In zeker zin wel. En uitgesproken op het vlak van buitenlandse berichtgeving. De meeste redactie snoeien daarin fel wegens de hoge kost. Mede onder druk van dezelfde goeroes krijgt het lokale de eerste aandacht en daarin dan nog datgene wat de aandacht van de kijker zou moeten kunnen vasthouden. Een belangrijke factor is ook het lozen van oudere journalisten vanwege de loonkost. Meteen wordt het geheugen op redacties uitgegomd. Er zijn geen referentiepunten meer. Daardoor wordt alles al vlug een 'historisch' nieuwsfeit. Soms op het lachwekkende af. Denken we maar aan de huidige politieke crisis. Alsof er geen Koningskwestie is geweest, of Schoolstrijd of een revolte tegen de Eenheidswet. In mijn eigen redactie hebben we gelukkig een goede mix van jong en oud, wat zorgt voor een vruchtbare wisselwerking.”

Wie wil weten kan volgens Van Cauwelaert nog altijd weten. „Er zijn nog voldoende kanalen om degelijk geïnformeerd te worden.” Maar hij ziet ook een gevaar. „We dreigen te vervallen in een nieuwe tweedeling. Enerzijds de goedkope media met korte berichtgeving en gebaseerd op nieuwsagentschappen, anderzijds de media met eigen nieuwsgaring.”



© Reporters Lees verder op bladzijde 16