

Zo kan het ook

Diversiteit en inclusie in de media

Naïma Lafrarchi en Karen Donders

Zo kan het ook

Diversiteit en inclusie in de media

P E L C K M A N S

Inhoud

WOORD VOORAF

7

INLEIDING

11

DEEL 1 – Medialandschap

19

De media in een superdiverse samenleving: een stand van zaken

19

1. Vlaanderen is superdivers

21

1.1 De opdracht van de publieke omroep

24

1.2 Praten, en vooral luisteren

25

1.3 Weerstand en controverse

27

1.4 Weerspiegeling van de samenleving

29

1.5 De weg naar betrokkenheid en empathie

31

2. De rol van de media

33

2.1 Beeldvorming

39

2.2 Digitale en mediageletterdheid

43

2.3 Interactie met de mediagebruiker

46

2.4 Cognitie versus emotie

47

2.5 Intern versus extern

53

3. In-spanning in verbinding

65

3.1 Verder kijken dan je eigen gelijk

67

3.2 Kritisch en verbindend

71

3.3 Empathisch leiderschap

74

DEEL 2 - Casussen

83

Een blik achter de schermen: good practices

83

1. *Thuis*

86

2. *De Slimste Mens ter Wereld*

100

3. *Ketnet*

116

4. *The Voice van Vlaanderen*

136

5. *DPG Media*

156

6. *De Standaard*

176

7. *De Warmste Week*

190

8. *StampMedia*

204

9. *Challas en de kost*

218

10. *Dove reclamecampagnes*

228

11. *Borgerhout.tv*

242

12. *Alles voor de Spelen*

256

DEEL 3 – Aan de slag

267

De toekomst. Hoe kan het anders?

267

1. Personeels- en organisatiebeleid

269

1.1 Vacaturebeschrijving

270

1.1.1 Taal

270

1.1.2 Functiebeschrijving in de vacature

271

1.2 Rekrutering

272

1.2.1 Rekruteringsaanpak

272

1.2.2 Rekruteringskanalen

273

1.2.3 HR-afdelingen

274

1.3 Aanstelling

276

1.3.1 Selectiecommissie

276

1.3.2 Creëer een veilig gevoel tijdens het sollicitatiegesprek

277

1.3.3 Openstaan voor een brede waaier aan (nieuwe) competenties

279

1.3.4 Verwachtingen binnen de organisatie

280

1.4 Inclusieve werkplek

282

1.4.1 Organisatiecultuur en -structuur

282

1.4.2 Inclusie als collectieve actie

284

1.4.3 Proces van vallen en opstaan, en drempels

284

1.4.4 Constructieve aanpak

286

2. Programma's en berichtgeving

287

2.1 Inclusieve productiehuizen en programma's

287

2.1.1 Soaps, series en filmproducties

287

2.1.2 Content voor op streamingplatformen, online videosites en sociale media

289

2.1.3 Redacties

289

2.2 Inclusieve reclamebureaus

291

3. Aanbod gericht op een divers doelpubliek en representativiteit

292

3.1 Representativiteit

293

3.1.1 Herkenbaarheid op het scherm, radio en online

293

3.1.2 Betrokkenheid en emotie

295

3.1.3 Weerspiegeling van de superdiverse samenleving

297

4. Onderwijs en opleiding

299

5. Ondersteuningsmaatregelen

301

CONCLUSIE

303

REFERENTIES

308

BIBLIOGRAFIE

310

Woord vooraf

‘We willen het wel, maar vinden ze niet.’ Dat werd vroeger openlijk door mannen gezegd over het benoemen van vrouwen in hogere functies bij bedrijven, in politieke partijen en in de media. De vrouwen wilden enthousiast weg van de zijlijn, waren hoog opgeleid en klaar voor de job. De mannen waren niet mee geëvolueerd met hun tijd en tijdgeest. Eenzelfde fenomeen zien we sinds enige tijd ook rond mensen met een migratieachtergrond. ‘We willen er wel op onze werkvloer, maar vinden ze niet.’ En toch ...

Toen we in 2008 bij de VRT van start gingen met het innovatieve jongerenproject *De Overname*, zag de wereld in Vlaanderen er al helemaal anders uit dan toen ik in de jaren '80 en '90 op Radio1 het kinderprogramma *Kattekwaad* maakte. Veel diverser in smaken en kleuren, veel meer gelaagd en tegelijk universeler. Vandaag zijn we een veelkleurige en superdiverse samenleving, waar vooral jongeren door elkaar dwarrelen, AI en zichzelf verkennen en connecteren via apps en socialemediakanalen. De grote en oudere generatie babyboomers ziet het allemaal gebeuren en verkiest vaak nog de zekerheid van de klassieke paden, maar experimenteert toch voorzichtig mee. Een tijdperk waarin de mediahuizen met meerdere uitdagingen tegelijk worden geconfronteerd. Onwaarschijnlijk boeiend maar ook spannend is dat, vernieuwen en vooruitgaan en toch niemand achterlaten.

Niemand achterlaten, dat geldt vandaag gelukkig ook in groeiende mate voor de minderheden. Mensen met een beperking laten zich niet meer tegenhouden door obstakels om hun rechtmatige plaats in te nemen. Er zijn al heel mooie voorbeelden in de media die inclusie zichtbaar en bespreekbaar maken, en ook de eerste federale minister met een beperking is een feit. Wat betreft gender kan de Amerikaanse president misschien uitvaardigen dat er nog maar twee mogelijkheden bestaan, ook hij zal op langere termijn de evolutie niet meer terugdraaien dat mensen die zich gevangen voelen in hun lichaam een transitie kunnen ondergaan om zo gelukkiger in het leven te staan. Of dat mensen openlijk hun geaardheid tonen. Vooral de jonge generaties hebben die brede kijk op gender en identiteit universeel omarmd en kijken daar niet meer van op.

Identiteit wordt op vele manieren vorm gegeven. De Vlaamse identiteit is niet langer geënt op een quasi uniform witte samenleving, zoals onze ouders en grootouders die beleefden, maar op de caleidoscopische samenleving van vandaag: bont, veelkleurig en met veel verschillende invalshoeken. Alleen al de bevolkingscijfers geven de trend aan van de groeiende superdiversiteit in onze steden en gemeenten. In Vlaanderen is 1 op 4 inwoners van buitenlandse herkomst. Bij de jongste bevolking ligt dat percentage aanzienlijk hoger. In de stad Antwerpen bijvoorbeeld heeft maar liefst 63,6 procent van de jongeren tussen 20 en 29 jaar een migratieachtergrond. Bij de kinderen en jongeren tot 19 jaar is dat al 78,2 procent. In het hele Vlaamse gewest, met zijn centrumsteden en gemeenten, gaat het om meer dan een derde van de jongste bevolking. Het is belangrijk dat de media dit capteren en mee evolueren, niet alleen omdat deze jongeren kijkers en luisteraars zijn of kunnen worden, maar vooral ook omdat het veelzijdige talent, vaak met een migratieachtergrond, klaarstaat om zijn rol te spelen.

Als de eerste jongerenadviseur van de VRT ben ik daar twaalf jaar lang een bevoorrecht getuige van geweest. Maar ik heb al doende ook ondervonden dat je een visie moet ontwikkelen en zelf inspanningen moet doen om dat diverse talent aan te boren en te laten stralen. Uit ons eerste succesvolle jongerenproject *De Overname* zijn nogal wat mensen gegroeid die vandaag, na verdere studies, een belangrijke rol spelen in het Vlaamse media- en cultuurlandschap. Maar toch voelde ik dat we onvoldoende het potentieel hadden aangeboord dat een multiculturele samenleving kan bieden. Via radioworkshops won ik in 2010 het vertrouwen van een groep Marokkaanse en Turkse jongeren, die me spontaan begonnen uit te nodigen op events die zij organiseerden met slam poetry, hiphop en dance battles. Dit was hier toen nog een vrij onbekende wereld die zich buiten de traditionele Vlaamse artistieke circuits afspeelde, waar jongeren met een migratieachtergrond het voortouw namen en elkaars talent voortstuwden. Hun enthousiasme stimuleerde mij om uit mijn eigen referentiekader te treden. Zo leerde ik steeds nieuwe artistieke biotopen kennen en werd ik voor veel jongeren een veilige weg om de openbare omroep te verkennen en hun talent aan de wereld te tonen. Vooral MNM ging daar heel graag op in. In de jaren die volgden hebben we in de VRT steeds verder gebouwd op die ervaring en jongeren van alle

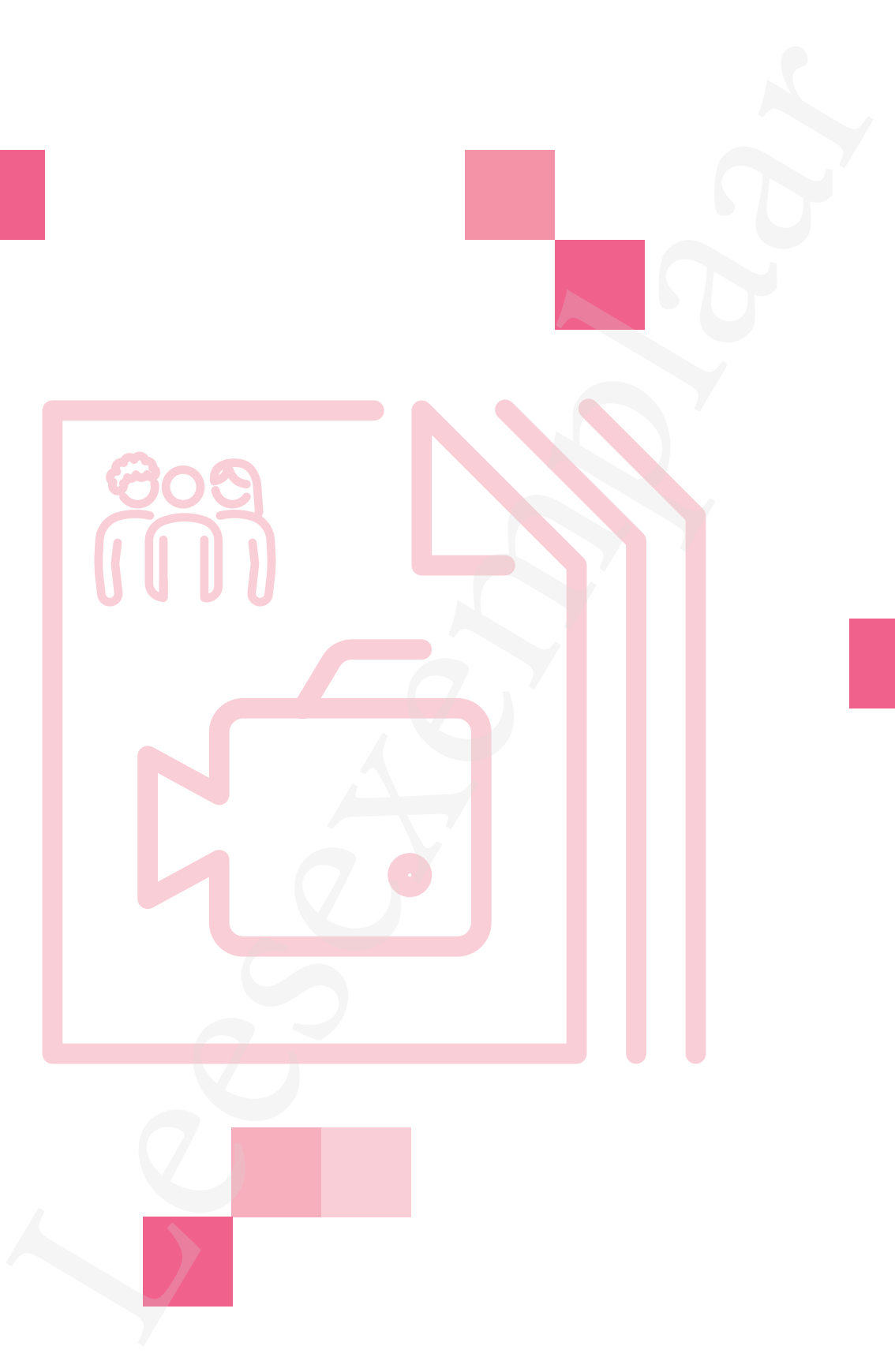
mogelijke pluimage de kans gegeven om samen media te maken: van ad hoc jongerenredacties als GENERATION WHAT? over het uitwerken van eigen programma's in VRT NXT INVASION tot de jongerenklankbordgroep WATCH22, die netmanagers en programmamakers confronteerde met een heel diverse jongerenkijk. Culturele afkomst, gender of beperking waren van geen tel in deze bonte bende. Veel meisjes, alle mogelijke achtergronden, rolstoelen en gebarentolken mee rond de tafel. De rode draad in al deze projecten was: capteren waar jongeren in al hun diversiteit op mediavlak mee bezig zijn en zo hun talent de kans geven om door te groeien. Nogal wat van deze jonge mediamakers hebben hun plek op de VRT-werkvloer gevonden, met als bekendste Kamal Kharmach, die ik als tiener had opgemerkt in een reportage van StampMedia en die later in verschillende VRT-projecten zijn talent kon laten rijpen.

Meer diversiteit binnenhalen in je organisatie is zelf anders leren kijken naar waar je mee bezig bent en nieuwe manieren van denken introduceren. Het is makkelijker dan het op het eerste gezicht zou lijken, als je je openstelt en ervoor gaat. Dit boek van Naïma Lafrarchi en Karen Donders reikt je, aan de hand van hedendaagse voorbeelden in verschillende Vlaamse mediahuizen, heel veel handvatten aan om met diversiteit aan de slag te gaan, van de creativiteit en/of strikte nieuwsgaring in een redactie en de uitdagingen op het scherm over de HR-afdeling tot in de directiekamer. Vanuit hun eigen ervaring en deskundigheid zijn beide auteurs een zoektocht aangegaan naar methoden, mogelijkheden en good practices, zonder daarbij eventuele mislukkingen of verbeterpunten uit de weg te gaan. Zij laten verschillende mediamakers aan het woord die de weg naar meer diversiteit zijn ingeslagen en leidinggevend die er een visie rond ontwikkeld hebben. Uit hun getuigenissen distilleren Naïma en Karen telkens belangrijke topics, aandachtspunten en tips. Zo kan het ook biedt zowel aan huidige als toekomstige mediaprofessionals stof tot nadenken. Een voluntaristische visie, ook op de media als baken in de superdiverse samenleving van vandaag en morgen. Want met elke nieuwe generatie wordt de wereld diverser en interactiever. Laat onze media die boot niet missen.

Kathy Lindekens

Voormalig jongerenadviseur VRT

Oprichter Kom op tegen Kanker en Bednet



Inleiding



Leesexamenjaar

‘Wat vandaag onmogelijk lijkt, is dat morgen misschien niet meer. De mensheid gaat ontegensprekelijk vooruit, omdat sommigen zich dingen voorstellen die voor anderen onhaalbaar en utopisch lijken.’

Caroline Pauwels



Er is al veel geschreven en gezegd over diversiteit en inclusie, zowel in de academische wereld als in de media en de brede samenleving. Er gaat dan altijd veel aandacht naar een definitie van wat diversiteit en inclusie precies inhoudt en hoe je aan een inclusieve en diverse samenleving kunt bouwen. Over welke rol de media daarin kunnen spelen, is er minder literatuur terug te vinden. Anderzijds hoor je vaak de klacht dat de media vandaag nog altijd niet divers en inclusief genoeg zijn, hoe ze stereotypering versterken en soms zelfs een selectieve framing in de hand werken.

Actie ondernemen

Deze vaststelling was voor ons de incentive om samen dit boek te schrijven. We hebben hierbij zowel mediaproductanten en -consumenten voor ogen als krantenlezers, televisiekijkers en meer algemeen mediagebruikers. Maar ook managers, teamleiders, scenarioschrijvers, regisseurs, producers en journalisten. Daarnaast wil dit boek een basisboek zijn voor studenten in de journalistiek, de communicatiewetenschappen en (sociale)mediaopleidingen en management.

Het vertrekpunt van de inzichten die we met de lezer willen delen, is onze dagelijkse praktijk. We vertellen over onze ervaringen en bieden handvatten aan zodat de lezer tot een beter begrip kan komen in de veelzijdige dynamiek rondom diversiteit en inclusie. Waar nodig en relevant voegen we een selectie toe met (academische) referenties voor wie zich verder wenst te verdiepen in de materie.

Volgens ons is er nood aan een genuanceerd en praktijkgericht boek met positieve cases rond deze thematiek. De titel van dit boek, *Zo kan het ook*, is een uitnodiging om actie te ondernemen. Om die reden vertrekken we bewust en expliciet van een open en constructieve houding. We zijn niet blind voor een analyse van de vroegere en huidige tekortkomingen, maar daarover kun je elders meer lezen (zie onze bibliografie achter in dit boek). Er is vandaag nog weinig diversiteit onder mediamakers – op het scherm, op de radio, in kranten of magazines – en er wordt nog steeds weinig rekening gehouden met de brede waaier aan mediagebruikers in onze superdiverse samenleving. We reflecteren over wat er beter kan en formuleren suggesties en aanbevelingen op een constructieve manier om verandering te initiëren. Vanuit die

aangrijpingspunten willen we leermomenten creëren en stilstaan bij de dynamiek die leidt tot ongewilde of onbedoelde spanningen en zelfs controverse.

Inspirerende cases als wegwijzers

We kiezen voor het pad van de standvastige en betrokken geleidelijkheid. Als auteurs wensen we inspirerende voorbeelden te delen van media die – bewust – de keuze hebben gemaakt om meer divers en inclusief te zijn. Soms zijn ze dat door omstandigheden geworden, op organische wijze. Retroactief zien we bij die laatste groep terugkomende processen, keuzes en ervaringen die leerzaam kunnen zijn. Twaalf inspirerende cases voor al wie op structurele en doordachte wijze diversiteit en inclusie een plaats wil geven in de eigen mediaorganisatie. In deze voorbeelden geven de mediamakers via interviews niet alleen een inkijk in hun eigen denk-, reflectie- en maakproces, maar ook in de factoren die een remmend of een positief (versterkend) effect hebben gehad. Zonder daar een waardeoordeel aan te verbinden, fungeren ze als wegwijzers naar inclusievere organisaties, programma's en berichtgeving. De focus ligt op de mainstream media omdat zij het breedste lezers- en kijkerspubliek hebben, en op vlak van diversiteit en inclusie een hele weg hebben afgelegd en nog te gaan hebben.

Starten doen we met een beknopte, theoretische opstap. Daarna komen de twaalf casussen uit de praktijk aan bod. De context van veel van deze cases is vaak heel bekend. Wij bieden een blik achter de schermen. Soms lees je daar een illustratie van wat in het eerste deel aangehaald werd. Vaak biedt de realiteit op de studiovloer, in het redactiekantoor of aan de schrijftafel van de scenarist een noodzakelijk addendum voor de bedenkingen in de studiekamer van de academia. Soms vind je er een boeiende excursie naar een onvermoede wereld achter een bekend format.

Onze bedoeling is om een rijkgeschakeerd beeld te schetsen van heel uiteenlopende situaties waarin diversiteit en inclusie aan de orde zijn. Enkele voorbeelden zijn *De Slimste Mens ter Wereld*, *De Standaard*, inclusieve reclamecampagnes, Stampmedia, Ketnet, *The Voice van Vlaanderen* ...

Deze praktijkvoorbeelden waren niet altijd vanaf het begin een succesverhaal. We staan graag stil bij de positieve ervaringen, maar

ook de spanningen en de moeilijke momenten geven we mee – precies om aan te geven dat inclusie een proces is van vallen en opstaan, van weerstand en actie, en vooral van samen nadenken over een inclusieve(re) aanpak. Moeilijke of gevoelige topics worden niet uit de weg gegaan. We pretenderen niet volledig te zijn en zijn ons ervan bewust dat we niet dé waarheid in pacht hebben.

We wensen iedereen die heeft meegewerkt aan de cases expliciet te bedanken voor het delen van hun ervaringen, expertise, processen en inzichten.

Brede waaier

Op de volgende bladzijden komt een breed scala aan onderwerpen aan bod: het wij-zij-denken over sociale groepen; de rol van emotie in de media; de verschillende gedaantes van diversiteit en inclusie; de driehoek slachtoffer-redder-dader; stereotypering, vooroordelen en bias; rekrutering en strategisch beleid, de rol van de media in de beeldvorming; empathisch leiderschap; digitale en mediageletterdheid; de impact van sociale media, enzovoort. Kortom, we vertrekken van enkele kapstokken die noodzakelijk zijn om het bredere plaatje rond deze thematiek te kunnen begrijpen. Tegelijk is het niet mogelijk om exhaustief te zijn. De aangereikte kapstokken bieden een brede waaier aan gefundeerde elementen die kunnen bijdragen tot een meer inclusief medium.

Ontdekkingstocht

Doorheen de tekst vind je zogenaamde *aandachtspunten* of *adviezen*: kernideeën om mee te nemen in je eigen professionele en dagelijkse leven. Aan de hand van een aantal vragen begeleiden we je persoonlijke reflectieproces. Dit is dus niet enkel een leesboek, maar ook een aanzet om zelf aan de slag te gaan. Zo vind je bijvoorbeeld strategische beleidsaanbevelingen die kunnen geïmplementeerd worden in de eigen organisatie. We nemen jullie graag mee om samen constructief bij te dragen aan een effectief en efficiënt diversiteits- en inclusiebeleid waarbij iedereen – mediamakers én mediagebruikers – zich toenemend welkom voelt in de media.

Duobaan

Het schrijfproces was een duobaan in de ware zin van het woord: we zijn allebei vertrokken vanuit onze eigenheid en expertise, maar we hadden steeds dezelfde horizon in zicht. Naïma is jurist, sociaal wetenschapper en onderwijskundige, jaren actief als onderzoekster in de socio-educatieve en culturele sector, met twintig jaar expertise in onderwijs- en opleidingsprocessen aangaande diversiteit en inclusie. Ze ontwikkelde een methodiek om diverssensitieve competenties te bevorderen en versterken bij professionals. Karen is communicatiewetenschapper, was lange tijd docent aan de Vrije Universiteit Brussel (VUB) en onderzoekster bij imec-SMIT; ze is eveneens directeur Publieke Opdracht (2020) en Talent & Organisatie (2021) bij de publieke omroep VRT. Naïma heeft ondervonden dat diversiteit en inclusie in organisaties en bedrijven niet altijd voor de hand liggen. Karen stelt iedere dag vast dat het noodzakelijk maar niet makkelijk is om van de VRT een meer inclusieve organisatie te maken. In dit boek bundelen we onze kennis en ervaring.

Onze persoonlijkheid, ons wereldbeeld, onze waarden en normen en de manier waarop we in het leven staan, hebben ons als auteurs bij elkaar gebracht. Daarin vind je de reden waarom het meteen klikte tussen ons, zonder al te veel woorden. Dat is onze sterkte, onze kracht. Indien je zou afgaan op ons uiterlijk, onze achtergrond of ons beroep, dan lijken we voor de buitenwereld wellicht heel verschillend. Toch hebben we veel gemeen. We zijn allebei opgegroeid in een arbeidersgezin. We staan allebei positief en optimistisch in het leven. We geloven allebei in de kracht van geleidelijke maar standvastige verandering. We zijn allebei van nature verbindend en gaan graag de dialoog aan met de mensen om ons heen. We hebben allebei de reflex en (professionele) grondhouding om met negatieve kritiek iets positiefs op te bouwen. We proberen veranderingen teweeg te brengen, te inspireren door een *leading-by-example*-houding. En het belangrijkste: we streven allebei naar het algemeen belang en daarvoor stellen we onze kennis en ervaring ten dienste van de anderen. Dat is een fundamentele waarde die wij als leidraad hanteren in alles wat wij doen.

Voorts zijn we allebei (heel lang) actief (geweest) op academisch niveau. Misschien is het feit dat we allebei aan de Vrije Universiteit Brussel (VUB) afstudeerden geen toeval. We kregen er les van ongelofelijk

warme, empathische mensen die vanuit een humanistisch perspectief het potentieel zagen in hun studenten, die zochten naar verbinding, naar gemeenschappelijke ervaringen en waarden.

Geleidelijk is niet traag

Bewust kiezen we voor de weg van de geleidelijkheid. We zijn er immers van overtuigd dat elk medium zijn eigenheid en een specifieke dynamiek heeft, maar niet noodzakelijk in dezelfde fase zit op de weg naar meer diversiteit en inclusie. We pleiten niet voor een bruuske revolutie, wel voor een gestage evolutie. Op korte termijn is er verandering nodig. Dat kan soms door heel gerichte ingrepen. Maar een tabula rasa vinden we onhaalbaar en onwenselijk als je als organisatie structureel, geïntegreerd en transversaal inclusie wenst te bereiken. Wat niet wil zeggen dat onze 'geleidelijkheid' gelijkstaat aan 'traagheid'. Het tegendeel is waar. We nodigen de lezer uit om vanuit verschillende perspectieven te kijken en te luisteren naar elkaar, zonder te (ver)oordelen, met de oprechte intentie om verandering te brengen binnen de eigen organisatie. We delen inzichten over hoe we voor en met elkaar media kunnen maken voor een breed en divers Vlaams publiek. We pleiten voor meer empathie, open en constructieve gesprekken, en de wil om een inclusieve mindset te realiseren. Ons verhaal is een oproep om de positie in te nemen van 'de andere' – zowel vanuit het perspectief van de persoon die verandering vreest als van diegene die verandering wenst.

.....

Dit boek is een uitnodiging om samen op zoek te gaan naar manieren om een meer inclusieve mediawereld te realiseren. We kijken daarbij naar het verleden en naar het heden, maar onze blik is vooral gericht op de toekomst, op hoe het (nog) beter kan. We nodigen de lezer uit om een kritisch constructieve bril op te zetten.

Met een gezonde mix van realistisch optimisme, positieve energie, veel goesting en een sterk geloof dat verandering mogelijk is, zijn wij gestart aan dit avontuur. We durven te hopen dat iedereen in medialand goesting heeft om er concreet mee aan de slag te gaan.

Deel 1

MEDIALANDSCHAP

*De media in een superdiverse samenleving:
een stand van zaken*

1

Vlaanderen
is superdivers

*In een diverse maatschappij bestaat de kans
dat mensen naast elkaar leven, letterlijk én figuurlijk.
Echt samenleven vraagt een inspanning van iedereen.*



Onze samenleving is divers, superdivers. In Vlaanderen leven mensen met diverse achtergronden samen, met en naast elkaar. We delen niet altijd dezelfde interesses, cultuur, moedertaal of levensbeschouwing. Elk van ons is uniek, en tegelijk hebben we heel wat gemeen. Vaak zien we te weinig hoeveel we gemeenschappelijk hebben of hoe rijk die verscheidenheid ons maakt.

In een diverse maatschappij bestaat de kans dat mensen naast elkaar leven, letterlijk én figuurlijk. Echt samenleven vraagt een inspanning van iedereen. Ontmoetingen leiden ertoe dat we elkaar beter leren kennen, waarbij we op zoek gaan naar wat ons (ver)bindt, welke kernwaarden we delen. Die kernwaarden zijn de *common ground* om met elkaar in dialoog te gaan, verbinding te zoeken én vinden, zonder zichzelf te verloochenen of blind te zijn voor drempels, bezorgdheden of spanningen.

Wij zijn zeker niet naïef en hebben zelf ervaren dat inclusie stimuleren, versterken, bewerkstellingen heel wat van mensen en organisaties vraagt. De cases die ter sprake komen, zijn om die reden illustratief in het omgaan met spanningen en weerstand: het zoeken naar een manier om diversiteit en inclusie een plaats te geven in elk specifiek medium. Iedereen doet dat op zijn eigen manier. Iedereen, zowel een individu als de organisatie zelf, gaat door een leerproces waarbij openheid, groei en de intentie om inclusiever te willen zijn, centraal staan.

De realiteit toont aan dat hoe meer mensen met een andere achtergrond op een organische, niet-opgedrongen manier een plaats krijgen in de media, hoe groter de kans wordt dat diversiteit en inclusie als een normaal gegeven worden ervaren.

Diversiteit uit zich op vele vlakken: genderidentiteit, seksuele geaardheid, ethisch-culturele achtergrond, levensbeschouwing, fysieke of mentale beperkingen, persoonlijke interessegebieden of socio-economische achtergrond. Inclusie houdt in dat álle mensen zich welkom voelen, dat ze in de brede waaier aan Vlaamse media een plekje krijgen,

of zich minstens herkennen in wie ze zien, horen of lezen. Concreet vraagt inclusie om acties en concrete initiatieven van alle actoren binnen de media: van productiehuzen tot redacties, zowel voor als achter de schermen. Mensen uitnodigen in de media om hun expertise, hun talent, hun competenties, en niet enkel om hun diversiteitskenmerk, draagt bij tot een meer realistische weergave van de diverse samenleving.

1.1 De opdracht van de publieke omroep

De publieke omroep VRT heeft op basis van zijn beheersovereenkomst de opdracht om via verschillende mediatoepassingen (video, audio, sociale media) meer divers en inclusief te worden in haar aanbod. De VRT moet niet enkel meer vrouwen, mensen met een beperking of mensen met een migratieachtergrond een plek geven in haar programma, ze dient haar aanbod ook toegankelijker te maken. Daarom streeft ze actief meer inclusiviteit na. Denk bijvoorbeeld aan audiodescriptie voor blinden en slechtzienden of het gebruik van de Vlaamse Gebarentaal. De beheersovereenkomst legt expliciet de verplichting op om een divers en inclusief personeelsbeleid te voeren.

Voor al deze aspecten legt de Vlaamse regering kwantitatieve normen op. Er zijn intussen al heel wat concrete initiatieven genomen en geïmplementeerd; die zijn goed zichtbaar en werpen hun vruchten af. Zo werden er twee adviseurs Diversiteit en Inclusie aangesteld. Zij bieden opleidingen aan, zetten interne en externe bewustmakingscampagnes op, brengen programmamakers in contact met externe experts en hebben als taak om nieuw divers talent aan te trekken. De publieke omroep blijft timmeren aan meer inclusie en stelt zich kritisch constructief op ten aanzien van zichzelf. Er is weliswaar nog ruimte voor verbetering.

Wat is de stand van zaken vandaag? Tegen 2025 moet het aantal vrouwen in beeld stijgen tot minimaal 48 procent, het aantal personen met buitenlandse migratierechts tot minimaal 9,5 procent en het aantal mensen met een beperking tot minimaal 2 procent.¹ Voor mensen met migratierechts zal het streefcijfer gehaald worden.* Voor vrouwen en personen met een beperking lijkt de groeitrend iets minder vlot te stijgen. In het personeelsbestand wordt gestreefd naar minstens 40 procent vrouwen en een beter genderevenwicht binnen het hoger

* Wellicht ligt het streefcijfer te laag als je kijkt naar de demografische ontwikkelingen. We komen hier later op terug.

managementkader, minstens 7 procent personen met migratieroots, en minstens 2 procent personen met een beperking. Wat het hoger kader betreft, slaagt de VRT erin om dit streefcijfer te behalen voor vrouwen; voor mensen met buitenlandse roots en personen met een beperking blijkt dit moeilijker te realiseren.

De cijfers reflecteren beterschap, maar het gaat om trage processen. Diversiteit en inclusie vragen niet te miskennen inspanningen op elk niveau en binnen elke geleding van de organisatie.

Een inhaalbeweging dringt zich op, als de VRT de steeds diversere Vlaamse samenleving wil weerspiegelen.

Die inspanning vraagt om investeringen, tijd en expertise. Vanzelfsprekend is dit niet alleen de taak van de media of de publieke omroep. Meer nog, het is een taak en verantwoordelijkheid van ieder van ons. Onder meer het onderwijs en de opleidingen in journalistiek, audiovisuele media, filmregie of andere creatieve opleidingen.

We zijn ten goede geëvolueerd sinds socioloog Mark Elchardus kort na de millenniumwissel in een met zeshonderd studenten volgepakte aula vroeg wie er van de aanwezigen afkomstig was uit een arbeidersgezin. Welgeteld zes vingers gingen toen omhoog. Zeer confronterend. Vandaag ligt de representativiteit van kinderen uit arbeidersgezinnen verhoudingsgewijs hoger. Ook jongeren met een migratieachtergrond vinden makkelijker de weg naar het hoger (universitair) onderwijs. Maar het kan uiteraard altijd beter.

1.2 Praten, en vooral luisteren

Het beleid van de publieke omroep op vlak van diversiteit en inclusie wordt in toenemende mate gekoppeld aan de woke-antiwokediscussie. De laatste jaren is er heel wat onrust rond het begrip 'woke'. De ene vindt het noodzakelijk om maatschappelijke veranderingen te kunnen bewerkstelligen. De andere vindt dat de slinger doorslaat. Woke gaat in se over kunnen zijn wie je bent, gerespecteerd worden om wie je bent.

Hierbij spelen identiteit en groepsverbondenheid een niet-onbelangrijke rol. Anders geformuleerd: een maatschappij moet een vruchtbare bedding bieden om samen te leven en om een gedeelde cultuur te voelen en ervaren. Dat roept emoties op die onlosmakelijk verbonden zijn met de eigen ervaring, met de waarden die intrinsiek verbonden zijn aan wie we zijn. Mensen die zich als woke identificeren, articuleren het gevoel dat ze hebben over 'de volheid in de samenleving die ze niet *hebben*'. Mensen die zich als antiwoke identificeren, vinden dat zij als gevolg van woke *geen plek* meer hebben in de samenleving. Beide kanten in deze discussie leiden tot vrij radicale stellingnames. Dat zorgt meteen voor een polariserende (ver)houding waarbij een echt gesprek, waarin iedere deelnemer actief luistert naar de ander, niet meer mogelijk of alleszins moeilijker is. Die emoties kunnen in de weg staan van genuanceerde gesprekken, van het actief en empathisch luisteren naar elkaar, van een constructieve dialoog waar alle betrokken belanghebbenden actief horen wat de behoefte is van de ander. We nodigen uit tot een gesprek waarin je argumenten naar voren schuift vanuit je eigen perspectief zonder het (onbewuste) doel de andere te overtuigen van 'de' of 'zijn' waarheid.

In dit boek kiezen we voor een open, empathische, constructieve dialoog en reiken we handvatten aan uit een brede waaier aan cases, wetende dat er geen 'one size fits all'-oplossing is.

Als auteurs zijn we zelf door een leerproces gegaan, waarbij we ons meermaals de vraag hebben gesteld op welke manier diversiteit en inclusie vormgegeven kunnen worden waarbij ieders eigenheid gerespecteerd wordt, ieders gevoeligheden erkend worden. Dit was op zich al een oefening in inclusiviteit ... Om die reden nodigen we je uit om samen te zoeken naar mogelijke wegen om hieraan te werken, rekening houdend met de eigenheid van elke specifieke context. Er zitten meer raakvlakken en gemeenschappelijke gronden tussen de verscheidene doelgroepen dan we misschien zelf vermoeden.

Het gaat er voor ons niet om wie gelijk heeft. Wat we wel beogen en willen stimuleren, is een constructief gesprek waarin alle partijen gehoord worden en zich (h)erkend voelen. Een open attitude waarbij actief en betrokken naar elkaar wordt geluisterd.

Als afsluiter: de wokebeweging kan vergeleken worden met de grote maatschappelijke bewegingen uit het verleden, zoals de eerste democraten, de eerste vakbonden, de eerste feministische golf, mei '68 ... Het verschil zit hem in de context waarin de huidige beweging gedijs, met name een wereld met alomtegenwoordige sociale media, met een eindeloze stroom aan desinformatie en clickbait, de heropkomst van extreemrechts en extreemlinks en met veel geopolitieke instabiliteit, waarbij de Europese democratieën enorm onder druk staan. Bepaalde fenomenen relativeren kan helpen om een helikopterzicht te krijgen over maatschappelijke gebeurtenissen. Enkel op die wijze kunnen we onze aandacht en energie focussen om positieve initiatieven en bewegingen te realiseren, en om resoluut te kiezen voor gestage maar doelgerichte veranderingsprocessen.

1.3 Weerstand en controverse

Het gegeven dat diversiteit spanningen en weerstanden met zich mee kan brengen, gaan wij niet uit de weg. Meer nog: we wensen de emoties en beleving die gepaard gaan met die spanningen een expliciete plaats te geven. Hoe je constructief kunt omgaan met eventuele weerstand en controverse komt later aan bod. De kennis en inzichten die in de verschillende cases naar voren komen, inspireren tot bijsturing, reflectie en een inclusiever strategisch mediabeleid. Bijsturingen hoeven niet enkel plaats te vinden door strijd te voeren, maar kunnen ook door consistent en coherent te handelen in lijn met de grotere inclusiedoelstellingen die we als samenleving voor ogen hebben. Laten we niet strijden tegen elkaar, maar samen (pro)actief concrete acties ondernemen voor een meer inclusief medialandschap. We kiezen ervoor om verdiepend en verbredend te communiceren, zonder te polariseren, via een coherent en consistent beleid en door alle media-actoren te mobiliseren en sensibiliseren. Niet via een beschuldigende houding of opgestoken vinger, niet door te polariseren maar wel door elkaars behoefte te leren zien en

samen te werken in een context waar iedereen wordt (h)erkend.

Wij zijn realistische optimisten. Hiermee bedoelen we dat onze ervaring leert dat inclusie niet vanzelf gerealiseerd wordt, maar dat het wel lukt via een open mindset, door de kracht van samenwerking en een constructieve dialoog. Elke mediapartner draagt hierin een verantwoordelijkheid om verbindend en niet polariserend te handelen in de beeldvorming, informatie en communicatie van de eigen mediakanalen.

De laatste jaren – onder andere door de ‘snelle-informatie-klik-cultuur’ van de sociale media – bestaat de neiging om polariserende titels en beelden te gebruiken die snel de aandacht van de lezer en kijker trekken. Dat zorgt onbedoeld en ongewild voor polarisering en afstand tussen sociale groepen binnen onze superdiverse samenleving. Die polarisering en kloof lees je bijvoorbeeld vaak terug in de commentaren onder online nieuwsberichten. De eerste reactie van mensen die minder vertrouwd zijn met diversiteit, is dan ook vaak emotioneel. De ongefiltreerde expressie van die emoties leidt in se nergens toe, of zeker niet naar een constructieve dialoog. Hierdoor wordt er polarisatie gecreëerd. Dit geldt nagenoeg voor alle mediaspelers.

Wie precies de polarisatie voedt en waarom, dat is een complexe vraag. Hoe we uit de polarisatie geraken, is hierbij wellicht de meest relevante vraag. Er is de laatste tijd steeds meer discussie binnen de media over clickbait en polariserende en *catchy* titels. Dat bewustzijn is er en groeit elke dag. Via een grotere mediawijsheid en betere media-vaardigheden kan de consument – de kijker, de lezer, de luisteraar – hierin versterkt worden.

Het inzicht dat niemand gebaat is bij een doorgedreven en voortdurende polarisatie leidt naar een andere media-attitude.

Het opent wegen voor een zoektocht naar een ander evenwicht in de berichtgeving en in het programma-aanbod. Naar ons aanvoelen bevinden we ons op de grens van de tweede fase: bij de mediamakers is er

het bewustzijn om meer inclusief te zijn en is men bereid om initiatieven op dat vlak te nemen, maar soms weten ze nog niet goed 'hoe'.

Polarisatie is op zich geen nieuw fenomeen. Het is niet per se slecht. In de geschiedenis zijn er voldoende voorbeelden waarbij polarisatie heeft geleid tot veranderingen ten bate van de gehele samenleving of een deel ervan. Deze fenomenen zijn vaak sociologisch, politiek, cultureel, maatschappelijk en systemisch te verklaren. Binnen de polariserende berichtgeving of maatschappelijke spanningen is het wel des te belangrijker om de mediagebruiker – jong en oud – zo goed mogelijk waarheidsgetrouwe informatie te verstrekken, ver van desinformatie of sensatiezucht. Een juist inzicht in en een kritische reflectie over wat er in de (sociale) media verschijnt, is een belangrijke mediavaardigheid. Hierover lees je later meer.



Bekijk hier het item: factcheck.vlaanderen krijgt officiële erkenning

1.4 Weerspiegeling van de samenleving

De media zijn ieder op hun eigen manier een reflectie van de samenleving zoals die er op een bepaald moment uitziet. Sommige berichten worden uitvergroot, andere blijven onderbelicht. Dat heeft onder andere met journalistieke praktijken en gewoonten te maken, met redacties die niet divers genoeg zijn, met de historiek van mediabedrijven, met de achtergrond van de redacties, journalisten en programmamakers.

De voorbije jaren is er een groep mondige jongeren en journalisten opgestaan, die alert zijn voor een betere zichtbaarheid van uiteenlopende doelgroepen. Hun stem is prominenter aanwezig. Ze eisen hun mediaplek op als onderdeel van de samenleving. Ze wensen hun eigenheid weerspiegeld te zien in de diverse mediakanalen. Die nieuwe stemmen bieden een momentum om na te denken over hoe diversiteit en inclusie integraal deel kunnen uitmaken van de media in de breedste betekenis van het woord.

Nadia Hanssens, adviseur Diversiteit en Inclusie binnen de VRT, vertelde ooit dat ze als achtjarige-met-kroeshaar ervan droomde om wit

te zijn en blond haar te hebben. Dat veranderde pas toen er tv-series rond zwarte families op het scherm kwamen. Dat persoonlijke verhaal deelde ze intussen met vele VRT-collega's en iedere keer noopt de authentieke en open manier waarop ze haar ervaring deelt tot reflectie bij haar toehoorders. Zou de achtjarige Nadia zich vandaag beter vertegenwoordigd voelen?

Vrouwen maken al geruime tijd de meerderheid uit van de studentenpopulatie. Maar verhoudingsgewijs stromen ze bijvoorbeeld veel minder door naar de hogere echelons van het professoraat. Mannen vormen aan de top van de academische wereld nog steeds een grote meerderheid. Meer algemeen in de globale samenleving is er nog een significante groeimarge. De media kunnen hierin een positieve rol spelen via de beeldvorming, de informatieopdracht en hun inclusieve berichtgeving. Dit is tevens waar in de raden van bestuur en directiecomités in de bedrijfswereld.

*Bewustmaken, concrete acties ondernemen,
rolmodellen tonen en leading by example in de
mediaformats zijn sleutelwoorden om tot een
inclusievere samenleving te komen.*

Als vrouw is het vandaag – overal ter wereld – nog steeds moeilijk om als gelijkwaardig gezien en behandeld te worden. Je wordt meer en sneller bekritiseerd voor de keuzes die je maakt. Er worden op de werkvloer nog steeds vrouwonvriendelijke en seksistische opmerkingen gemaakt. Een vrouwelijke professor die een aanbod kreeg om in Australië les te gaan geven, kreeg herhaaldelijk de reactie: 'Tja, ze zullen wel nog een vrouw nodig hebben.' Ze was verbouwereerd.

Toen de CEO van de VRT, Frederik Delaplace, in 2020 Karen aanstelde als directeur Publieke Opdracht, reageerden meerdere mensen: 'Hij zal nog wel een vrouw nodig gehad hebben in het directiecollege.' Dat is niet fijn, en gewoonweg ongepast en seksistisch. Maar zulke uitspraken staan

pal tegenover tal van reacties die positief en inclusief zijn, los van het gender van de persoon in kwestie. Op dat vlak is er een (zeer) trage, maar gestage evolutie.

Tv-makers hebben vanuit hun perspectief het gevoel dat er al heel wat stappen in de goede richting zijn ondernomen rond inclusie. Dat er de voorbije jaren zelfs grote stappen zijn gezet. De kans is echter reëel dat de kijker met diverse achtergrond nog steeds vindt dat er nog altijd veel te weinig inclusiviteit is. Of het nu gaat over iemand met een andere genderidentiteit, iemand met migratieroots of iemand met een beperking. Dat wil niet zeggen dat er geen vooruitgang is geboekt. Als je dertig of veertig jaar terugkijkt, zie je een verschil, zowel voor als achter de schermen en in de journalistieke wereld. De snel veranderende, superdiverse Vlaamse samenleving daagt ons uit om nog meer oog te hebben voor mensen uit doelgroepen vandaag. Die zijn verschillend van die van pakweg twintig jaar geleden. Terecht vraagt de 'jongere generatie' mediagebruikers naar meer diversiteit en inclusie. Een media waarin ze zich (h)erkend voelen, waar ze een weerspiegeling zien van wie ze zijn.

1.5 De weg van betrokkenheid en empathie

Je hebt mensen nodig die in inclusie geloven, die de deur openzetten, die de extra mile met je willen gaan.

Iedereen heeft agency, iedereen heeft de mogelijkheid om te handelen en om mee aan dit inclusieve verhaal te schrijven.

Waar elk van ons de verantwoordelijkheid opneemt om actief aan te slag te gaan om inclusie in de praktijk te verwezenlijken. Is het een toeval dat dit boek geschreven wordt door twee vrouwen?, vroeg iemand ons. Tijdens onze gesprekken bleek snel dat we over heel veel dingen hetzelfde denken en voelen. Wij vinden diversiteit en inclusie een evidentie.