REDEVOERING door prof. Dr. Leo NEELS, voorzitter ValuesTV

Dames en Heren,

Er gebeurt iets op uw televisie. Nog niet onmiddellijk, vanavond of morgenochtend, neen. Daaraan merkt u meteen dat ValuesTV uit een bijzonder vaatje tapt. Geen haast maar gedegenheid, geen spoed maar bedachtzame zorgvuldigheid. En toch, na twijfel, overleg en beraad ook daadkracht.

We vertrekken ook niet van televisie, of van de mediamarkt, of van mediakritiek. Integendeel zelfs, we kwamen uit bij televisie. Televisie als een middel, een middel voor een ander doel, maar wel een noodzakelijk middel voor wat we willen bereiken.

We vertrekken van de vaststelling van de Koning Boudewijnstichting: meer dan 1 miljoen Vlamingen zet zich vrijwillig in ten bate van anderen. Dat miljoen Vlamingen presteert meer dan 120 miljoen onbezoldigde uren per jaar, dat is iets meer dan 4% van de bezoldigde arbeid of het equivalent van 71.000 voltijdse jobs. De filantropiebarometer die Itinera tweejaarlijks maakt voor de Koning Boudewijnstichting toont aan dat filantropische investeringen ten opzichte van het ijkjaar 2007 (=100) stegen met 40%. Samengevat: in jobs is dit het grootste “bedrijf” van het land en de snelste groeier sedert 2007 (het jaar voor de laatste financiële crisis). We weten of beseffen dit nauwelijks.

Dus beseffen we evenmin dat we een brede, warme samenleving hebben en zijn, vol betrokkenheid en engagement, vol daadwerkelijke inzet en solidariteit in energie en tijdsbesteding, maar we zijn het wel. Ook gaan er steeds meer financiële middelen naar filantropie. Deze warme energie is een formidabele rijkdom van en voor onze samenleving, en die spoort met onze spontane culturele en maatschappelijke waarden. Over die waarden spreken we weinig, en over die inzet al bijna helemaal niet, niet consistent, of te stil.

Een parafrase van Robert Kennedy’s uitspraak over het begrip ‘Bruto Nationaal Product’ kan verduidelijken wat ik bedoel. Robert Kennedy merkte in 1968 op dat het BNP geen goede maatstaf is voor *“de schoonheid van onze poëzie of de intelligentie van ons publiek debat (…). Het BNP meet noch onze zin voor humor noch onze moed, onze wijsheid noch ons voortschrijdend inzicht, noch ons mededogen of onze toewijding. Kortom, het meet alles behalve de zaken die het leven waarde geven”.*

Achter de materiële waarde, die van groot belang is als motor van welvaartscreatie, innovatie en duurzaamheid, gaan waarden en immateriële goederen schuil die we weinig benoemen – te weinig - maar die wél noodzakelijk en kenmerkend zijn voor de kwaliteit van onze samenleving.

In 2014 werd dit in het boek “The second Machine Age” van Brynjolfsson en McAfee (beiden verbonden aan het MIT) opnieuw uitgedrukt in termen van een behoefte aan nieuwe maat-staven, of waarden-meters: *Waar we steeds meer mee bezig zijn,* zo hielden ze voor*, zijn ideeën, geen dingen; onze ratio en ons hart, geen materie; interacties, niet transacties.”* Al in 2009 had Jeremy Rifkin er op gewezen dat *ons empathisch vermogen de grootste drijver is van menselijke vooruitgang, ook wanneer de dramatische episodes van de geschiedenis deze dynamische kracht tijdelijk verhullen*.

Onze grootste taak, zo zei Robert Kennedy in 1968, is *ons leiderschap als individuen en als burgers. Onze grootste taak is niet alleen om materiële armoede de wereld uit te helpen, maar om het armoedig niveau van onze tevredenheid, van onze doelstellingen en ambities te overstijgen en om onze waardigheid te reconstrueren. Al veel te lang en in veel te belangrijke mate hebben we persoonlijke excellentie opgegeven en gemeenschapswaarden willen vervangen door de opeenstapeling van materiële zaken.*

Deze enkele citaten geven goed de Values weer uit ValuesTV, de warme energie van vele duizenden Vlamingen, hun engagement en verbondenheid, hun positieve ingesteldheid en inzet. Het is mogelijk, zo denken wij, om de activiteiten die daarop rusten op bedachtzame wijze te professionaliseren, met respect voor wie ze zijn en wat ze doen, zodat al die initiatieven solieder worden. Zo dadelijk zal Johan Vencken daar meer over zeggen.

ValuesTV zal die honderdduizenden Vlamingen stem geven, een forum bieden, zichtbaar maken . Op basis van hun authenticiteit, hun engagement, hun kwetsbaarheid, empathie en daadkracht.

Daarvoor is, eigenaardig genoeg, een open net-tv-zender een noodzakelijk instrument. De magie van het scherm werkt, en ze is noodzakelijk om schaal te krijgen over diverse sectoren heen, visibiliteit tot stand te brengen en geloofwaardigheid te verwerven door de consistentie inzake waarachtigheid en betrokkenheid. Een open net-tv-station moet in het verwende Vlaanderen uitstekend gemaakt worden en dat is duur. Dat is de paradox van onze missie, maar de magie van het scherm is het noodzakelijk verbindend en wervend element.

Als meer dan 1 miljoen Vlamingen betrokken zijn, dan zijn dat 2 miljoen *eyeballs,* en dan zijn er nog hun vrienden en families daarbij direct of indirect betrokken of daarmee begaan… dat geeft een potentieel van wellicht 4 tot 5 miljoen kijkers. Hun inzet komt vandaag al occasioneel aan bod maar niet consistent, tele-acties zijn goed, maar onbestendig. Het is goed dat ze er zijn, die programma’s werken mobiliserend bij een punctuele fundraising en dergelijke. ValuesTV zal daarnaast wervend werken, betrokkenheid creëren op consistente basis, de warme energie stem geven en liften. Ook over bredere domeinen dan degene die al veel aandacht krijgen.

Het aanbod van ValuesTV zal zodanig op Values en verbinding gericht zijn, op authenticiteit en het bereiken van zijn maatschappelijk effect, dat we niet competitief zijn voor bestaand tv-aanbod, doch aanvullend. Een intelligent businessmodel met goed bestuur en rentmeesterschap moet ons toelaten ValuesTV te positioneren zonder competitie met degenen die hun inkomsten in de advertentiemarkt zoeken.

In een van de meest welvarende regio’s van de wereld, en het meest herverdelende land lijden we aan een klimaat van neergang en declinisme, polarisering en conflict, degeneratie van ons publiek debat, en te grote ruimte voor populisten, jagers op zondebokken en inspiratoren van onvrede en haat. Dat zijn de enige zaken waar we met ValuesTV willen tegen in gaan. We zijn positief ingesteld, we hebben geen talent voor pessimisme. We zijn voor zaken die er gelukkig ook nog zijn, en meer dan we denken. Die warme energie, dat maatschappelijk engagement zullen we een forum bieden, over erfgoed en cultuur, over zingeving en spiritualiteit en zo meer. Dat is het verhaal van die duizenden Vlamingen die zich daarvoor dagelijks benevool inzetten en er het beste van zichzelf geven.

Ziehier, Dames en Heren, onze ambitie en onze drijfveer. De ambitie is groots en ook gewaagd. Het is niet bewezen dat we kunnen slagen. Maar het staat wel vast dat we mislukken als we niet proberen.

Daarmee capteren we de warme energie waar ik het eerder over had om die, langzaam maar zeker, te bekronen met steeds luidere stem. Een stem die nu weinig gehoord wordt, omwille van haar bescheiden volume of van de afwezigheid van normafwijkende inhoud. Maar het is een relevante stem omwille van de rijkdom van haar inhoud, van de authenticiteit van de stemlozen die het woord zullen krijgen, van de kwetsbaarheid, en zingeving, en ook van de talenten waaraan we in Vlaanderen zo rijk zijn.

 Bij aanvang zei ik: “nieuw leven op je tv”. Het was een knipoog naar 1989, de start van VTM waar ik van dichtbij betrokken was. Vandaag besluit ik: “er is veel leven in Vlaanderen, maar het is te onzichtbaar.” Door het zichtbaar te maken willen we bereiken dat u allen zegt: “er is nieuw leven in Vlaanderen, het goede leven.”

REFERENTIES

<https://www.jfklibrary.org/Research/Research-Aids/Ready-Reference/RFK-Speeches/Remarks-of-Robert-F-Kennedy-at-the-University-of-Kansas-March-18-1968.aspx>

 If we believe that we, as Americans, are bound together by a common concern for each other, then an urgent national priority is upon us. We must begin to end the disgrace of this other America.

And this is one of the great tasks of leadership for us, as individuals and citizens this year. But even if we act to erase material poverty, there is another greater task, it is to confront the poverty of satisfaction - purpose and dignity - that afflicts us all. Too much and for too long, we seemed to have surrendered personal excellence and community values in the mere accumulation of material things. Our Gross National Product, now, is over $800 billion dollars a year, but that Gross National Product - if we judge the United States of America by that - that Gross National Product counts air pollution and cigarette advertising, and ambulances to clear our highways of carnage. It counts special locks for our doors and the jails for the people who break them. It counts the destruction of the redwood and the loss of our natural wonder in chaotic sprawl. It counts napalm and counts nuclear warheads and armored cars for the police to fight the riots in our cities. It counts Whitman's rifle and Speck's knife, and the television programs which glorify violence in order to sell toys to our children. Yet the gross national product does not allow for the health of our children, the quality of their education or the joy of their play. It does not include the beauty of our poetry or the strength of our marriages, the intelligence of our public debate or the integrity of our public officials. It measures neither our wit nor our courage, neither our wisdom nor our learning, neither our compassion nor our devotion to our country, it measures everything in short, except that which makes life worthwhile. And it can tell us everything about America except why we are proud that we are Americans.

Erik Brynholfsson & Andres McAfee, The Second Machine Age, Work, Progress and Prosperity in a time of briljant Technologies, 2014.

More and more, what we care about in the second machine age, are ideas, not things - mind, not matter – bits, not atoms interactions, not transactions.

Jermey Rifkin, The Empathic Civilisation. The Race to Global Consciuosness in a World in crisis, 2009.

“Recent discoveries in brain science and child development are forcing us to rethink the long-held belief that human beings are, by nature, aggressive, materialistic, utilitarian and self-interested. The dawning realization that we are a fundamentally empathic species has profound and far-reaching consequences for society. (…) Viewing econnomic history from an empathic lens allows us to uncover rich new strands of the human narrative that lay previously hidden. The result is a new social tapestry – The Empathic Civilization – woven from a wide range of fields, including literature and the arts, theology, philosophy, anthropology, sociology, political science, psychology and communications theory. (…) At the very core of the human story is the paradoxical relationship between empathy and entropy. (…) Resolving the empathy/entropy paradox will likely be the critical test of our species’ ability to survive and flourish on Earth in the future. This will necessitate a fundamental rethinking of our philosophical, economic, and social models. (…) We are on the cusp of an epic shift into a “climax” global economy and a fundamentel repositioning of human life on the planet. The Age of Reason is being eclipsed but he Age of Empathy. The most important question facing humanity is this: Can we reach global empathy in time to avoid the collapse of civilization and save the Earth?”