

de journalist

wie is hij eigenlijk?

Lees de resultaten van het
vijfjaarlijkse onderzoek



DOSSIER 30 JAAR INTERNET

**Jozefien Daelemans
Geert Dewaele
Dirk Reynaers
Tom Van de Weghe
Frank Van Laeken**



POL DELTOUR
NATIONAAL
SECRETARIS VVJ

Zenuwachtige tijden, grote verantwoordelijkheid

Journalistiek situeert zich per definitie niet in een vacuüm, en dus is het goed er regelmatig eens het grotere maatschappelijke plaatje bij te nemen. Dat oogt vandaag allesbehalve effen. En dan hebben we het niet zomaar over de nakende verkiezingen van 26 mei.

De voortrazende en zo te zien onomkeerbare klimaatverandering. Meer migratie en een versterking van het identitaire en nationalistische denken. Bevolkingsgroei, ook door veroudering. Een moeilijk te controleren digitale versnelling en expansie van artificiële intelligentie. Groeiende onzekerheid en meer geestelijke gezondheidsproblemen. Een reeks van economische disrupties die leiden tot nieuwe, ongeziene kloven tussen arm en rijk. We beleven waarlijk woelige tijden.

Daarbij komt dat de politiek – die primair wordt verondersteld al deze uitdagingen het hoofd te bieden – zelf ook in uiterst onrustig vaarwater is terechtgekomen. Internet heeft voor een gigantische versnelling van communicatie en debat gezorgd, tevens een verruwing en atomisering ervan. Dat maakt krachtadig beleid moeilijker dan ooit, en de verleiding van populistische simpele oplossingen beloven almaar groter. In het ergste geval komen politici bovendien waarvan men niet eens wéét voor welk beleid ze staan – zoals na de recente verkiezingen in Nederland en Oekraïne.

In deze zenuwachtige samenlevingen is op feiten gerichte en kritische journalistiek substantiëler dan ooit. Het gaat om een fundamentele buffer tegen politieke avonturen, tegen willekeur, tegen populisme en uiteindelijk tegen tirannie. Niet alleen journalisten hebben hier een rol te spelen welteverstaan. Ook betrouwbare wetenschappers en experts zijn van levensbelang, en niet te vergeten redelijke en koelbloedige politici zelf.

Hoe dan ook is het een slecht signaal dat net nu uitgevers snijden in hun journalistenbestand. Bij Mediahuis worden 19 journalistieke banen geschrapt, bij Belga zouden er 3 verdwijnen, bij het Franstalige *L'Avenir* staan 30 banen op de tocht. Die braindrain komt bovenop de adering met 150 beroepsjournalisten die de VVJ in het voorbije decennium al moest noteren. Dat maakt al snel enkele honderden paren journalistieke ogen en oren minder om bij ons de maatschappelijke omwentelingen van deze tijd te volgen. Misschien moeten onze uitgevers en hun aandeelhouders weer eens wat meer gaan beseffen dat ze niet zomaar een bedrijf leiden, maar ook grote maatschappelijke verantwoordelijkheid hebben.

**HOE DAN OOK IS
HET EEN SLECHT
SIGNAAL DAT NET
NU UITGEVERS
SNIJDEN IN HUN
JOURNALISTEN-
BESTAND**

COLOFON

Coördinatie: Pol Deltour & Piet De Loof, pol.deltour@journalist.be, piet@revista-media.be || **Eindredactie:** Piet De Loof || **Concept en vormgeving:** Revista (www.revista-media.be) || **Medewerkers:** Pol Deltour - Pieter Knapen - Charlotte Michils - Monica Moritz - Wannes Neukermans - Sandra Noben - Marleen Sluydts - Inge Stiers - Steven Vanden Bussche - Tom Van de Weghe || **Cover:** iStock/Revista || **Redactiesecretariaat:** Zennestraat 21, 1000 Brussel, Tel. 02/777 08 40, info@journalist.be - www.journalist.be || **Abonnementen:** Marleen Sluydts, info@journalist.be || **Reclameregie:** Beny Bechler, beny.bechler@journalist.be
Druk en verzending: Graphius

INHOUD

4

ACTUEEL

Onderzoek naar het profiel van de Belgische journalist: deel 1 van de resultaten

9

DOSSIER

30 jaar internet

30

FOTOROL

De selfiereeks van Tine Schoemaker

32

SERVICE

Beslissingen van de Raad voor de Journalistiek

36

Freelancers: enkele VVJ-werven

42

ONDER EMBARGO



© Tim Coppens, Alex Vanhee, James Arthur

18

SPREEKTIJD

Jozefien Daelemans

**'EEN VERHAAL
BEGINT PAS
TE LEVEN ALS
HET ONLINE
VERSCIJNT'**

40

DE WISSEL

Nico Blontrock

10

DUBBEL- INTERVIEW

Dirk Reynaers en Geert Dewaele over internetjournalistiek



**De doorsnee
journalist is
een blanke man
van in de veertig,
hoogopgeleid
en links**

De gemiddelde Belgische journalist is een hoogopgeleide, blanke man en politiek linksgeoriënteerd. Dat blijkt uit de vijfjaarlijkse enquête bij de Belgische beroepsjournalisten. 1.302 journalisten namen daar in het voorjaar van 2018 aan deel, dat is een kwart van alle leden van de Nederlandstalige (VVJ) en Franstalige (AJP) beroepsverenigingen.

De vijfjaarlijkse enquête bestaat al sinds 2003 in Vlaanderen, en bevroegt sinds 2013 ook Franstalige journalisten. In dit nummer van *De Journalist* leest u de belangrijkste bevindingen over het socio-demografische profiel en de werksituatie. In het volgende nummer bespreken we de resultaten over brongebruik, professionele vaardigheden, en opvattingen van Belgische journalisten over recente trends en ethische kwesties binnen de journalistiek.

JOYCE STROOBANT, SARAH VAN LEUVEN, KARIN RAEYMAECKERS, SARA DE VUYST, JOKE D'HEER & BART VANHAELEWYN

GEMIDDELDE LEEFTIJD STIJGT NAAR 48 JAAR

De gemiddelde leeftijd van Belgische beroepsjournalisten is de voorbije 15 jaar met bijna 10 jaar gestegen: van 39 jaar in 2003 tot 48 jaar in 2018. In het licht van deze bevinding zal het niet verbazen dat de anciënniteit van Vlaamse beroepsjournalisten ook met 9 jaar gestegen is: van 12 jaar in 2003 naar 21 jaar in 2018. Kanttekening: in de cijfers van 2018 zijn de ongeveer 6% stagiair-journalisten niet opgenomen.

JONGSTE GROEP TELT (BIJNA) EVENVEEL VROUWEN

Een tweede opmerkelijke vaststelling is dat een duidelijke genderkloof blijft bestaan ondanks het toenemende aantal vrouwen in de journalistiek. Zoals ook al bleek uit vorige edities wordt deze kloof breder naarmate de leeftijd stijgt. Terwijl de man-vrouwverhouding in de jongste leeftijdscategorie bijna in evenwicht is, daalt het aandeel vrouwen in de leeftijdscategorie ouder dan 55 jaar tot minder dan één op de vijf.

DIVERSITEIT VOORAL BIJ FRANSTALIGEN

Een groter onevenwicht vinden we in de weinig diverse afkomst van de journalisten, die daarmee geen weerspiegeling is van de evoluties in de maatschappij. Nagenoeg alle respondenten zijn geboren in België (92,9%), al is de beroepsgroep in Franstalig België (89,7%) wel iets meer divers dan in het Nederlandsta-

lig landsgedeelte (95,8%). Wie toch allochtone 'roots' heeft, is bovendien meestal geboren in één van onze buurlanden.

Het plaatje wordt iets diverser als we ook geboortelanden van ouders mee in rekening nemen. Zo stellen we voor Franstalige journalisten vast dat 16,9% minstens één ouder heeft die niet in België is geboren, tegenover 4,7% voor Vlaamse journalisten.

	2003*	2008*	2013	2018
Aantal journalisten	2.257	2.356	4.913	4.807**
Gemiddelde leeftijd	39	42	44	48
Gemiddelde anciënniteit als journalist	11,5	15,1	17	21
Aandeel vrouwen	29,8%	27,8%	34% vl: 32%	31,4% vl: 28%
Geboorteland België	95,6%	96%	93,8% vl: 95,6%	92,9% vl: 95,8%

*In 2003 en 2008 werd de enquête enkel afgenomen in Vlaanderen, cijfers die in dit artikel worden gegeven voor 2003 en 2008 hebben dus telkens enkel betrekking op Vlaanderen

**De ongeveer 6% stagiair-journalisten zitten niet in dit aantal verrat omdat ze de vorige keren ook niet werden bevroegt.

MEERDERHEID NOEMT ZICHZELF 'LINKS'

België staat erom bekend een verdeeld land te zijn met andere politieke evenwichten ten noorden en ten zuiden van de taalgrens. Maar wanneer we kijken naar journalisten, dan is dit verschil – net zoals in 2013 – amper merkbaar. Om te peilen naar hun politieke oriëntering vroegen we de respondenten zichzelf te positioneren op een schaal van 1 (uiterst links) tot 10 (uiterst rechts). In onze steekproef ligt de verhouding links-centrum-rechts op 58,4%-26%-15,6%. De overgrote meerderheid van Belgische journalisten positioneert zich dus veeleer aan de linkerzijde van het politieke spectrum.

93% HEEFT EEN HOGER DIPLOMA

64,4% heeft een universitair diploma op zak, 28,6% heeft een diploma hoger onderwijs en slechts 7% behaalde geen diploma hoger onderwijs. Vrouwen zijn vaker in het bezit van een universitair diploma dan mannen (76,9% t.o.v. 58,9%). Dit verschil is niet enkel te verklaren door het gegeven dat vrouwen sterker vertegenwoordigd zijn in de jongere leeftijdscategorieën. We stellen immers vast dat in elke leeftijdscategorie het opleidingsniveau van vrouwen hoger is.

'SOFT NEWS' BLIJFT VROUWENZAAK

De grote meerderheid van de respondenten (84%) geeft aan gespecialiseerd te zijn in minstens 1 topic, wat een bevestiging is van de cijfers van 2013 (82%). De meest vermelde specialisaties zijn cultuur (24,8%), samenleving (24,3%), regio (23,4%), politiek (22,3%), internationale en Europese actualiteit (18,8%), nationale actualiteit (18,5%), en sport (18,3%). Daarentegen is slechts één respondent op de tien gespecialiseerd in media (11,3%), natuur en milieu (10,5%), toerisme (10%), lifestyle (9,6%), of justitie (9,1%). Bovendien blijkt dat vrouwen zich vaker verdiepen in zogenaemde 'soft news' topics zoals gezondheid en lifestyle, in tegenstelling tot hun mannelijke collega's die vaker politieke en economische onderwerpen voor hun rekening nemen.

7,7% WERKT VOOR DIGITAL ONLY-MEDIUM

De meerderheid van de Belgische journalisten werkt voor een dagblad (35,8%), een audiovisueel medium (35,2%), of de periodieke vakpers (32,8%). 8,4% werkt voor een pers- of fotoagentschap, en 3,4% voor een productiehuis. Hoewel slechts 7,7% voor een digital-only medium werkt, is dit niettemin een stijging ten opzichte van 2013 (toen was het slechts 2%). Vrouwen zijn het sterkst vertegenwoordigd in de periodieke vakpers (37,6%) en in de audiovisuele sector (36,1%). Voor dagbladen loopt hun aandeel terug tot 29,8%, voor persagentschappen tot 26,8%.

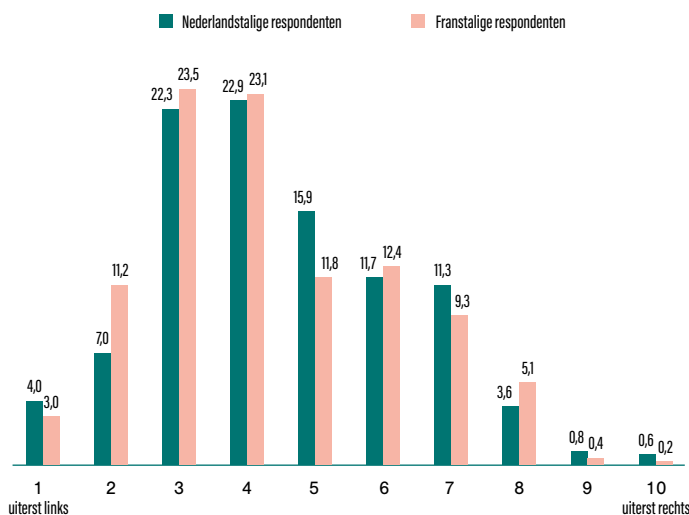
AL 1 OP DE 4 IS FREELANCER

In vijf jaar tijd is het aandeel zelfstandige journalisten of freelancers met een kwart gestegen van 20% naar 25,3%. Dat is een belangrijk aandachtspunt omdat dit statuut mogelijk gepaard gaat met precare financiële en professionele situaties. Bovendien moet hier worden beklemtoond dat slechts 61,3% van de zelfstandige journalisten aangeeft (zeer) tevreden te zijn met zijn of haar statuut, tegenover 90,6% van de respondenten in loondienst. Het statuut van freelancer komt vaker voor in Vlaanderen dan in Franstalig België (31,2% t.o.v. 20,6%).

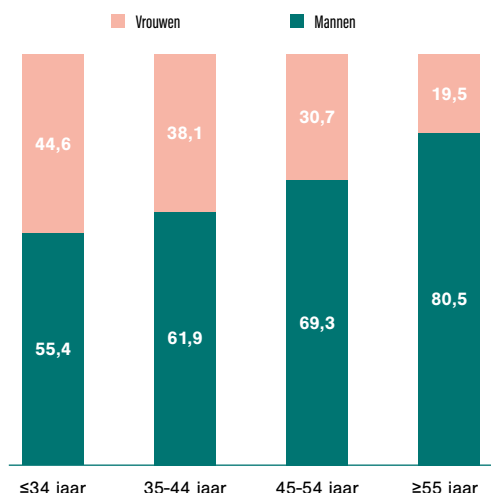
FREELANCERS VERDIENEN KWART MINDER

Het geschatte netto inkomen voor een voltijdse baan in de journalistiek klokt af op 2.341 euro per maand. Dat bedrag vertoont een stijging van 174 euro in vergelijking met de resultaten van 2013 (+8%), wat overeenkomt met de toename in levensduurte voor deze periode. Het netto-inkomen varieert sterk rond verschillende variabelen zoals leeftijd, landsdeel, geslacht en functie. Net zoals in 2013 is de loonkloof het grootst tussen freelancers en journalisten in loondienst. Zo verdienen freelancers bijna een kwart minder dan journalisten in vast dienstverband (2.451 tegenover 1.983 euro). Daarnaast verdienen vrouwen (2.147 euro) maandelijks gemiddeld bijna 300 euro (of 13,6%) minder dan hun mannelijke collega's (2.439 euro), een verschil dat opnieuw niet enkel

Politieke oriëntatie per taalgroep (in%) (N=1.010)



Verdeling gender per leeftijdsgroep (in%) (N=1.223)



verklaard kan worden doordat vrouwelijke journalisten vaak jonger zijn dan mannelijke journalisten. Als we inzoomen op de groep journalisten jonger dan 35 jaar, gaat het voor de vrouwelijke respondenten om een gemiddeld maandelijks inkomen van 1.904 euro, terwijl mannelijke respondenten gemiddeld 2.086 euro verdienen.

MINDER PROMOTIEKANSEN VOOR VROUWEN

Ongeveer de helft (50,6%) kreeg al een promotiekans. Dat is minder dan in 2013, toen dit nog 61% bedroeg. Er is zo goed als geen kloof meer tussen Franstalige journalisten (49,8%) en hun Nederlandstalige collega's (51,4%). Die was er vijf jaar geleden wel nog, maar de promotiekanzen van Nederlandstalige journalisten bedroegen toen nog 68%. Een tweede belangrijke vaststelling is dat 45% van de vrouwen een promotie kreeg, ten opzichte van 53,1% van de mannen. Voor mannen geldt bovendien dat promoties vaker gepaard gaan met een loonsverhoging (81% van de mannen tegenover 72% van de vrouwen).

39% WERKT (BIJNA) ALTIJD VAN THUIS

De meeste journalisten rapporteren dat ze vooral een deskfunctie hebben (67% werkt bijna altijd vanuit de redactie), al zien we wel een lichte stijging in het aandeel journalisten dat zegt regelmatig veldwerk te verrichten: van 38% in 2013 tot 42,5% in 2018. Ook thuiswerken

lijkt stilaan ingeburgerd te raken. In 2013 gaf 29% van de journalisten (bijna) altijd van thuis te werken, terwijl dat aandeel in 2018 oploopt tot 39%.

AL 1 OP DE 5 WERKT DEELTIJDS

We kunnen niet naast de vaststelling dat deeltijdse tewerkstelling vaker voorkomt bij vrouwelijke journalisten dan bij hun mannelijke collega's (25,8% t.o.v. 18,1%), in de oudere leeftijdscategorieën en bij freelancers. Het aandeel respondenten dat aangeeft deeltijds te werken is gestegen sinds 2013 van 14% naar 20,5%. Wie aangeeft voltijds te werken, klopt naar eigen zeggen gemiddeld 42,6 uren per week – dit cijfer ligt iets lager dan in 2013 (44 uren per week). Opnieuw stellen we hier een verschil vast tussen mannen (43,4 uren) en vrouwen (40,9 uren).

WEEKENDWERK VOORAL VOOR VLAMINGEN

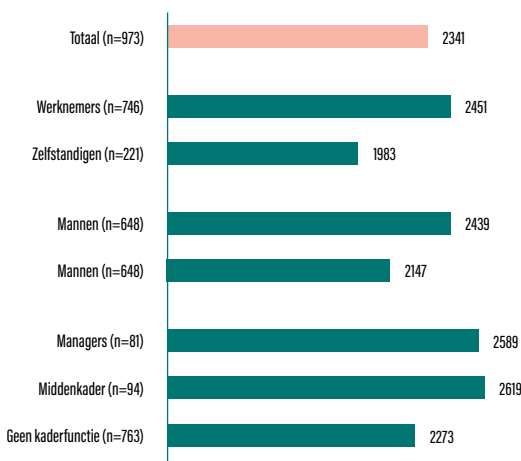
Het werkschema van journalisten lijkt ook in 2018 sterk variabel. Twee op de drie journalisten (64,1%) zien hun uurrooster wekelijks of maandelijks veranderen. Deze flexibiliteit wordt nog meer verwacht van freelancers (88,5%) dan van journalisten in loondienst (56,5%). Daarnaast zegt ongeveer de helft (45,8%) (bijna) altijd te moeten werken tijdens weekends of op feestdagen. En, net als in 2013, geven 6 op de 10 respondenten aan dat ze (bijna) altijd na 18 uur blijven doorwerken.

Deze gemiddelden worden wel sterk omhooggetrokken door de Vlaamse cijfers, die een pak hoger liggen voor avondwerk (73,9% tegenover 53,5%) en bijna dubbel zo hoog voor weekendwerk (60,3% tegenover 31,1%) in vergelijking met de Franstalige journalisten. Als we het arbeidsstatuut in rekening brengen, zien we een gelijkaardig verschil wat betreft weekendwerk: 38,6% van de journalisten in loondienst geeft aan bijna altijd te werken tijdens weekends en feestdagen, terwijl dit bij de freelancers oploopt tot 66,2%. Opvallend is dat ruim de helft (55%) van de journalisten geen vergoeding krijgt voor de gepresteerde overuren.

1 OP DE 5 VOELDE ZICH AL GEÏNTIMIDEERD

In 2018 peilden we voor het eerst naar discriminatie en intimidatie. Uit de resultaten blijkt dat een kwart van de journalisten (24,3%) in het kader van zijn of haar beroep al in aanraking kwam met discriminatie. Ruim één respondent op de vijf (21,3%) had al te maken met intimidatie. Een belangrijk aandachtspunt is genderongelijkheid: 42,7% van de vrouwelijke respondenten kwam al eens in aanraking met discriminatie (tegenover 15,5% van de mannen) en 30,4% van de vrouwen ervaarde al vormen van intimidatie (17% van de mannen). Franstalige respondenten geven vaker dan hun Nederlandstalige collega's aan geconfronteerd te zijn geweest met een vorm van discriminatie (30,5% tegenover 17,8%).

Gemiddeld netto inkomen (in euro)



DE ENQUÊTE

Tussen februari en april 2018 werden 5.307 leden van de VVJ en AJP via mail uitgenodigd om deel te nemen aan een survey. Hierin werd gepeild naar het profiel, de werkomstandigheden en de opvattingen van Belgische journalisten. 24,5% (N=1.302) nam de tijd om de vragenlijst in te vullen. Uit een vergelijking met de volledige databank van VVJ en AJP blijkt dat onze steekproef representatief is voor de hele beroepsgroep. Deze vijfjaarlijkse enquête bestaat al sinds 2003 in Vlaanderen, waardoor het ook mogelijk wordt om evoluties te monitoren. Het onderzoek gebeurt onder leiding van professor Sarah Van Leuven en professor Karin Raeymaeckers (Center for Journalism Studies, UGent), professor Manon Libert (Université de Mons) en professor Florence Le Cam (ULB).

Nieuw VVJ-bestuur voor vier jaar verkozen

Op de jaarlijkse algemene ledenvergadering van 23 februari is een nieuw VVJ-bestuur verkozen voor de periode 2019-2023. Dit zijn de namen.

VOORZITTER

Kris Van Haver (*De Tijd*)

ONDERVOORZITTER

Monica Moritz (*freelance*)

BESTUURSLEDEN

Jo Buggenhout (*VTM*)

Kim Clemens (*Het Nieuwsblad*)

Ann-Marie Cordia (*freelance*)

Lucie De Zutter (*AVS Oost-Vlaamse televisie*)

Dominique Deckmyn (*De Standaard*)

Simon Demeulemeester (*Knack*)

Gie Goris (*MO* magazine*)

Antal Hollosi (*Belga*)

Bert Lauwers (*VRT*)

Jan Nagels (*Belga*)

Linda A. Thompson (*freelance*)

Lieven Van Assche (*ID/Photoagency*)

Dirk Van den Bogaert (*VTM*)

Paul Van Landeghem (*freelance VRT*)

Geert Van Lierde (*freelance*)

Luc Vanheerentals (*freelance Belga e.a.*)

Peter Verlinden (*VRT*)

Danny Vileyn (*BRUZZ*)

Louis Weenen (*freelance*)

WAARNEMENDE BESTUURDERS

Gie Van Roosbroeck (*gepensioneerd GvA*)

Hans Brockmans (*Trends*)

Freddy Sartor (*Filmmagie*)

Els Dalemans (*freelance Het Laatste Nieuws*)

Selma Fransen (*freelance Charlie Mag*)

[*stagiair*]

Hilde Van Canneyt (*freelance*) [*jnl bijberoep*]

Het nieuwe Europese auteursrecht: en wat voor journalisten?

Het is zover: op 26 maart keurde het Europees Parlement een hervorming van het auteursrecht goed die ook nieuwsmedia en journalisten ten goede komt. Op basis van de nieuwe 'Copyright directive' krijgen zij recht op een vergoeding wanneer hun werk online circuleert. Aan uitgevers en journalisten komt het nu toe na te gaan hoe ze de meeromzet eerlijk onder elkaar verdelen.

CHARLOTTE MICHILS EN POL DELTOUR

Het Europees Parlement keurde de nieuwe richtlijn uiteindelijk goed met een comfortabele meerderheid: 348 stemmen tegen 274. De Vlaamse verkozenen in het EP stemden voor, op die van N-VA en Vlaams Belang na. Aan de goedkeuring ging een intense confrontatie tussen belangengroepen vooraf. Uitgevers, producenten, kunstenaars en journalisten stonden aan de ene kant; Google, YouTube en enkele verontruste burgerverenigingen aan de andere kant. Die laatsten vrezen dat de bescherming van het auteursrecht het vrije verkeer van informatie op het internet aan banden zal leggen. Een bekommernis die ze dezer dagen ook via betogingen in Duitsland en Brussel uiten.

GOOGLE NEWS

Uitgevers en auteurs counteren die

kritiek met het argument dat er gewoonweg geen kwalitatieve content meer zal zijn als het auteursrecht niet beter wordt beschermd. In het huidige zakenmodel van het internet zijn het immers de grote techplatformen die met alle (reclame-)inkomsten gaan lopen. Die *value gap* wil de nieuwe Auteursrichtlijn nu dichtrijden.

De *Copyright directive* maakt online uitbaters verantwoordelijk voor content op hun platformen die door auteursrecht zijn gedekt en niet *gecleared*. Het kan gaan om journalistiek werk, muziek, filmbeelden en dies meer. De regeling dwingt onder meer Google om voor zijn platformen Google News en YouTube afspraken te maken met uitgevers en auteursvennootschappen, wil het beschermde content blijven aanbieden.

UITZONDERINGEN

Op de regeling bestaan wel degelijk uitzonderingen. Korte citaten en hyperlinks zijn niet aan de orde. Ook de makers van recensies, memes of parodieën moeten zich geen zorgen maken. Jongere en kleinere platformen hebben minder verplichtingen dan grote, en non-profitinitiatieven zoals Wikipedia vallen helemaal buiten de regeling. Maar voor het overige is het voor Google & Co. dus wel opletten voortaan. De *Copyright directive* laat in het midden hoe ze ervoor zullen zorgen dat

geen auteursrechtelijke werk circuleert, maar zelf creëren de *big tech* een grote *buzz* over nakende internetfilters die de vrijheid op het net zou vernietigen. Zover hoeft het nochtans niet te komen, als Google zijn gigantische technologische middelen verstandig inzet om geschikte tools te ontwikkelen. De Europese lidstaten komt het nu toe de richtlijn te integreren in hun nationale wetgeving. Daarvoor hebben ze twee jaar de tijd.

FAIRE VERDELING

Een belangrijk thema in dat verband wordt nog hoe de meeromzet die uitgevers en producenten zullen verkrijgen, zal worden verdeeld met de auteurs, onder wie journalisten. Volgens artikel 18 van de richtlijn moeten lidstaten ervoor zorgen dat auteurs een 'geschikt en evenredig' deel krijgen van de bijkomende inkomsten.

De VVJ heeft, in de schoot van de EFJ, tot op het einde getracht deze bepaling scherper geformuleerd te krijgen, maar het betreffende amendement werd in het Europees Parlement verworpen met slechts vijf stemmen te kort. Hoe dan ook beschikt de VVJ nu samen met de JAM over een formeel draagvlak om bij de uitgevers bijkomende auteursrechtelijke inkomsten te vorderen. De gesprekken hierover met de uitgevers zullen bijtijds worden gestart.



DOSSIER 30 JAAR INTERNET



GEERT DEWAELE (NEWSCITY VIDEO) EN DIRK REYNAERS (VRTNWS)

‘Internetjournalistiek is volwassen geworden’

Dertig jaar geleden werd het world wide web gelanceerd en de digitale revolutie die dat ontketende, heeft ook voor de journalistiek ontzettend veel deuren geopend. ‘Toch is ons vak niet fundamenteel gewijzigd door het internet’, vinden Dirk Reynaers (52) en Geert Dewaele (42).

‘Maar de manier waarop mensen het nieuws consumeren, is er wél compleet door veranderd.’

POL DELTOUR & INGE STIERS



Met twee miljoen bezoekers per dag is *bln.be* de grootste nieuwssite van het land, maar ook *VRT NWS* doet het, met een half miljoen bezoekers, lang niet slecht. Het zijn cijfers die nauwgezet worden opgevolgd door VRT-nieuwsmanager Dirk Reynaers en Geert Dewaele. Dirk stond samen met Leo Hellemans aan de wieg van de allereerste nieuwssite van de VRT en is nu coördinator van *VRT NWS*. Geert Dewaele is hoofd van News-city Video, de afdeling binnen Mediaaan/De Persgroep Publishing die focust op de productie van online nieuwsvideo's.

‘Meten is nu eenmaal weten’, zeggen ze. ‘Door dergelijke data zien wij tot op de seconde waar mensen mee bezig zijn en waar hun interesse naartoe gaat. Maar dat betekent absoluut niet dat wij alleen nog artikels op onze site gaan zetten waarvan we zeker weten dat ze vaak aangeklikt zullen worden.’

Dirk Reynaers: ‘Een bericht dat goed scoort, plaatsen we wel in ons bovenblok, maar nooit zonder rekening te houden met ons DNA. Met een artikel dat niet past binnen de stijl en het imago van de openbare omroep zullen we niet openen, hoe veel het ook wordt gelezen. Als je altijd alleen het populairste verhaal bovenaan zet, gaat je publiek dat niet blijven pikken. Je moet als redactie ook op je site heel duidelijk maken

waar je voor staat.'

Geert Dewaele: 'Een online-redactie is geen algoritme, hè. Wij zijn mensen, die de hele tijd keuzes maken, vanuit ons inzicht, maar ook vanuit ons buikgevoel. Op *hln.be* gaat niks automatisch.'

Dat klinkt alsof er nauwelijks een verschil is tussen de werkwijze van een internet- en die van een krantenjournalist.

Dirk: 'Dat verschil is er ook niet. Internetjournalistiek is niet meer dan een afgeleide van de klassieke journalistiek. Internet heeft de basis immers niet gewijzigd: er komt een verhaal binnen en die feiten worden gecheckt, punt. Het enige wat anders is, is dat het allemaal nog sneller moet. Hoewel zelfs dat binnen de context van de VRT relatief is, want dankzij de radio hebben wij altijd een traditie van snel, real time nieuws gehad. Vroeger was er om het uur een radiojournaal, nu is dat al om het half uur. De reflex om meteen met de actualiteit aan de slag te gaan, heeft bij ons dus altijd geleefd. Meer dan bij kranten, waar men met een dagschema werkt.'

Geert: 'Ik ben het eens met Dirk dat internet niets heeft veranderd aan de essentie van wat journalistiek is, maar er is nu, na de krant, de radio en de televisie wel een vierde mediadrager bijgekomen. En die maakt dat mensen het nieuws op een heel andere manier consumeren.'

In welke zin?

Geert: 'Men verwacht vandaag iets anders van een krant dan vroeger, want het nieuws, de feiten, heeft iedereen al online gelezen als 's ochtends de krant in de bus valt. Hetzelfde met het tv-journaal. Die kijkers hebben al heel veel beelden op het internet gezien vóór de nieuwsuitzending van 19 uur. Ze hebben 's avonds nog altijd een round-up nodig, maar dat moet nu veel meer zijn dan de beelden van de dag op een mooie rij te zetten. Die beelden hebben ze immers al online bekeken. De kranten hebben die evolutie ook al doorlopen. Daar leeft het besef dat niet meer alle feitjes beschreven moeten worden, maar dat er meer

inhoud met toegevoegde journalistieke waarde, inzicht en opinie dient te verschijnen, artikels waar iets in staat wat mensen nog niet online hebben gelezen.'

Betekent dat dat nieuwssites en de klassieke media elkaars concurrenten zijn?

Geert: 'Ik vind dat het concurrentiële tussen online en de klassieke media er tegenwoordig toch wat uit is. Een krantenjournalist is niet meer bang om lezers te verliezen door het online verhaal. Maar hij beseft wel dat zijn stuk scherper zal moeten zijn en dat het een wezenlijk verschil zal moeten maken met het instant verhaal op het web. Op *hln.be* ligt onze focus echt op *breaking news*. Wij willen zo snel mogelijk beelden en die journalistiek kaderen. Daardoor komt er voor



andere journalisten ruimte om achtergrondstukken te maken of op zoek te gaan naar die reacties die je niet één-twee-drie sprokkelt. En dat is alleen maar een voordeel voor hen, want dat betekent dat ze niet meer alles tegelijk hoeven te doen.'

Dirk: 'Klopt. De zenuwachtigheid om als eerste een pushbericht te sturen, is ook bij de VRT minder. Het wordt nu veel meer als onze taak beschouwd om analyse en duiding te brengen in plaats van de snelle feiten.'

Maar daarmee komen jullie als openbare omroep wel in het vaarwater terecht van klassieke uitgevers als De Persgroep en Mediahuis. Die zijn daar niet zo blij mee.

Dirk: 'Dat is inderdaad de eeuwige discussie. Wij onderscheiden ons natuurlijk wel door meer audio, video en ons archief te koppelen aan onze artikels. En de VRT heeft natuurlijk sowieso een sterke traditie in duiding. Denk maar aan *De Ochtend*, *De Wereld Vandaag* en *Terzake*. Dat vertaalt zich uiteraard ook online.'

Eén van de grote uitdagingen van de internetjournalistiek is fake news. Hoe wapenen jullie zich daar tegen?

Geert: 'Door alles voortdurend te checken. De millennials halen hun nieuws van overal. Ze plukken iets van YouTube, maar net zo goed van Twitter of Facebook. Van de bron hebben ze geen idee. En dan krijg je *fake news*, zoals het recente bericht dat An Lemmens ontslagen zou zijn door VTM. Daarom is het onze verdomde plicht om de online journalistiek zo correct mogelijk uit te voeren.'

Dirk: 'Je kan nooit verhalen die online circuleren zomaar klakkeloos overnemen. Niks is zo belangrijk als een gedegen factcheck. En daar moet je in investeren. Het zou een *quick win* kunnen zijn om spectaculaire beelden of verhalen op je site te zetten zonder dat je ze op hun echtheid hebt gecontroleerd, maar op termijn wreekt zich dat. Betrouwbaarheid is ons hoogste goed. Wat dat betreft, is er ook een evolutie geweest. De eerste jaren van de internetjournalistiek kon je bij wijze van spreken alles op je site zwieren. Maar die kinderziektes zijn er nu

toch wel uit. De online journalistiek is volwassen geworden.'

In Nederland ging 'De Correspondent' daar erg ver in: ze wilden niet berichten over de schietpartij in Utrecht vooraleer duidelijk was wat er precies achter zat. Vinden jullie dat een correcte aanpak?

Dirk: 'Nee, ik denk dat je toch altijd de feiten moeten blijven geven. Je hoeft daar niet meteen grote conclusies uit te trekken, maar wat gebeurd is, is gebeurd. Het zou heel vreemd zijn als nieuwsmedia in die richting gaan evolueren.'

Geert: 'Je kan het niet maken om daar niks over te melden, want dan gaat je gebruiker gewoon naar een andere site, of naar de sociale media. Het NRC heeft de naam van de verdachte zelfs niet gegeven ondanks de vraag van de politie om dat wel te

SPECTACULAIRE VERHALEN POSTEN ZONDER ZE TE CONTROLEREN, KAN EEN 'QUICK WIN' ZIJN, MAAR DAT WREEKT ZICH OP LANGE TERMIJN

DIRK REYNAERS

doen. Dat soort ivoren toren-journalistiek begrijp ik niet. Dankzij het internet wordt er enorm veel informatie verspreid. Je moet als journalist niet doen alsof die informatie niet bestaat, alsof je in je eigen cocon zit die losstaat van de wereld. Als de online journalistiek één grote verdienste heeft, is het toch wel dat het de journalist met z'n voeten op de grond houdt en in de samenleving trekt.'

Moet je als gedegen nieuwssite dan zomaar alles overnemen wat online staat?

Geert: 'Nee, zeker niet. Het drama in Christchurch is daar een goed voorbeeld van. De schutter toonde zijn daad live op Facebook, dus moesten wij daar een positie in innemen. Wie het wilde zien, kon het overal vinden, waardoor ook wij onze

ogen er niet voor konden sluiten. Daarom hebben wij dat stukje getoond waarin hij in z'n auto zit net voor hij begint te schieten. Het feit dat hij alles gestreamd heeft, is een deel van zijn modus operandi. Dat is maatschappelijk relevant dus daar kan je niet blind voor zijn. Maar daarom hoeft je de hele gruwel nog niet te tonen.'

Dirk: 'Die discussie is bij ons voor het eerst gevoerd bij de onthoofding van James Foley. Wij hebben toen zelfs het beeld van de man in z'n oranje uniform niet getoond. Daar is kritiek op gekomen en ondertussen hebben dergelijke discussies ook bij ons wel ingang gevonden. Maar het is erg moeilijk om daar algemene richtlijnen voor op te stellen. Je moet dat beeld per beeld bekijken. Wij hebben daarvoor een goede samenwerking met de deontologische raad, die samen met de hoofdredactie beslist wat we wel of niet tonen.'

Geert: 'Ook bij ons wordt dat besproken. *Hln.be* moet een veilige haven zijn, waar ook mijn dochter naartoe kan surfen. Maar je mag nooit ontkennen wat er in de wereld gebeurt, want dan verzaak je aan je journalistieke opdracht.'

Jullie haalden het in het begin al aan: jullie beschikken over een schat aan data waaruit blijkt wat jullie publiek wil lezen en zien. Zal het online nieuws straks niet volledig gepersonaliseerd worden, met een eigen homepage voor elke lezer?

Dirk: 'Nee, dat denk ik niet. Al komen er misschien wel aparte nieuwsbrieven of Facebookposts op basis van de interesses van de lezer in kwestie. En dat vind ik oké, op één voorwaarde: dat je ondanks die persoonlijke interesses er toch voor zorgt dat je lezer ook alle andere meningen over een thema mee krijgt. Anders zal hij alleen die dingen lezen die in zijn kraam passen en dat zou een ontzettende intellectuele verarming betekenen.'

Geert: 'Ik zou zelfs niet willen dat iedereen op een andere homepage terecht komt. Wat regio betreft is het een ander verhaal: dat jij op de algemene homepage artikels ziet over jouw gemeente en ik over de mijne, vind ik alleen maar een vorm van service. En als mensen aangeven dat



Geert Dewaele (l.): 'Een onlineredactie is geen algoritme. Wij zijn mensen, die de hele tijd keuzes maken.' Foto's James Arthur

sportnieuws hen niet interesseert, moet je hen dat ook niet aanbieden. Maar dat neemt niet weg dat als er groot sportnieuws is — een doping-schandaal of een renner die sterft — je hen dat wél meegeeft omdat zoiets maatschappelijk belangrijk is. Iedereen heeft het nu ook voortdurend over die homepage, maar we mogen niet vergeten dat mensen vooral via artikelniveau op *bln.be* terecht komen. Ze zien op sociale media een artikel dat hen interesseert, klikken daarop en komen dan op een artikelpagina waar we hen ook andere content kunnen aanreiken. Dat geeft ons de mogelijkheid om de wereld van onze lezer te verbreden, want ook al is hij niet geïnteresseerd in de brexit en wilde hij alleen dat stuk over de nieuwe Tesla lezen, dan zal hij op onze site toch niet buiten de brexit kunnen. Op die manier kan een groot platform als *bln.be* mensen samenbrengen en verbinden. Ik zou dus niet willen dat we verder gaan individualiseren, maar wel dat we nog veel meer een gemeenschap gaan vormen.'

Het nadeel van zo'n gemeenschap zijn misschien wel de ranzige lezersreacties die daar nogal eens uit voortkomen. Moeten die niet nog strenger worden aangepakt?

Geert: 'Onder sommige artikels laten we geen reacties toe omdat we weten dat we dan de doos van Pandora openen. Maar door de band genomen, vinden we wel dat we mensen de kans moeten geven om te reageren. En onze eigen site wordt zeer goed gemodereerd. De ergste reacties vind je op Facebook en daar kunnen wij veel moeilijker tegen optreden. Het is aan Facebook om dan in te grijpen en dat gebeurt zelden. Een blote tepel passeert niet, maar de grootste reacties blijven gewoon staan. Onbegrijpelijk.'

Dirk: 'Facebook moet daar inderdaad zelf zijn verantwoordelijkheid in nemen. Dat is niet aan ons. Op onze eigen kanalen laten wij lezers niet reageren, maar in aanloop naar de gemeenteraadsverkiezingen hadden we het 'Jij Kiest'-project en daar konden mensen wel zonder moderatie hun voorstel ventileren. Andere gebruikers konden je voorstel als 'ongepast' markeren en dan kon de redactie indien nodig ingrijpen. Dat systeem heeft erg goed gewerkt. Maar die ranzigheid er helemaal uit krijgen, lijkt mij bijna onmogelijk.'

Tot slot heren, welke evoluties zien jullie nog in die internetjournalistiek?

Dirk: 'Ik denk dat we in de journalis-

tiek in het algemeen meer en meer verantwoording gaan moeten afleggen over wat we doen. Dat we moeten uitleggen waarom we bijvoorbeeld een *Pano* over Schild en Vrienden maken, hoe we te werk zijn gegaan, wat het opzet was. Bij de ombudsdienst merken we dat de kijker/luisteraar/surfer dat echt wil weten. We treden als *VRT NWS* ook meer en meer naar buiten met *VRT NWS Connect*. Die interactiviteit en die communicatie met je publiek wordt almaar belangrijker. Net zoals onze experts. De droge feiten over de brexit worden niet zo vaak meer bekeken, maar als we ze gebruiken als opstapje om aan één van onze experts meer uitleg te vragen, dan wordt zo'n artikel weer wél ontzettend veel gelezen. Mensen zullen meer en meer op zoek gaan naar dergelijke analyses.'

Geert: 'In wezen zal er niks veranderen, alleen de technologie zal nog sneller gaan. Met 5G kan je nog veel vlugger data binnen halen. Dat zal de traditionele media niet kannibaliseren, maar het maakt ze wel scherper. Internetjournalistiek is steeds belangrijker, maar het wordt niet het grote monster dat alles opeet.'

Dirk: 'Dat geloof ik ook niet. Als men slim blijft omgaan met de krant, met de radio- en tv-journaals, zullen ook die media overleven.'



Nieuwssites in Vlaanderen: dit waren vijf pioniers

SAMENGESTELD DOOR WANNES NEUKERMANS

1995

Nederlanders op kop

In 1995 startten twee jonge Nederlanders met Planet Internet. Dit bedrijf bood niet enkel toegang tot het internet aan, maar creëerde ook redactionele content. Die content werd tot 2008 aangeboden op *planet.nl*. Het bedrijf groeide uit tot één van de grootste internetaanbieders in Nederland. Planet België werd opgestart in 1996, met als aandeelhouders KPN (Nederland) en de Gevaert-holding (België). Gevaert was ook aandeelhouder van VUM, vandaag Mediahuis. Het idee was om synergieën te realiseren op het vlak van content. In de eerste jaren kwam dat er niet van, omdat de VUM nogal afwijzend reageerde. Later had Planet België wel een samenwerking met *Het Nieuwsblad*, met de sportsite *Sport24*.



2000

Café Belge

In 2000 begon huidig televisieproducent **Chris Cockmartin** met *Café Belge*. De bedoeling was dat deze website zou uitgroeien tot een portaal voor online nieuws. Met **Pol Van Den Driessche** (foto) als hoofdredacteur was het een ambitieus project, maar door onvoldoende inkomsten was *Café Belge* al in 2001 failliet. Op het einde kwamen er zo weinig inkomsten binnen dat werknemers uitbetaald werden met het geld van risico-investeerders. Volgens Van Den Driessche waren er verschillende redenen waarom *Café Belge* geen succesverhaal werd. Enerzijds was het overgrote deel van de Vlamingen nog nooit in aanraking gekomen met online nieuws, en was het voor hen ook allemaal zeer nieuw. Daardoor kwamen er weinig adverteerders op af. 'Maar ook vanuit andere media was er een soort boycot. Als je in archieven op het internet



of in kranten iets wilt opzoeken over *Café Belge*: je vindt niets! Ik heb later, toen ik bij VTM werkte, eens rondgevraagd. Blijkbaar zagen ze ons als een bedreiging die klein gehouden moest worden en was er een bevel van hogerhand om niets te laten verschijnen over *Café Belge*.'

2001

Eindwerk met een staartje

Een andere prille nieuwssite was *internetjournalistiek.be*. Student **Bart Vanacker** startte de website als een uitvloeisel van zijn eindwerk. Enkele onbezoldigde redacteurs leverden tot 2005 maandelijks een journalistiek dossier af. Veel van die redacteurs zijn nog steeds actief in de onlinejournalistiek. **Bram Souffreau** was erbij, later mede-oprichter van *Apache.be*. **Bartel Volckaert**, die al heel snel betrokken was in het project van *internetjournalistiek.be*, richtte in 2016 een regionale nieuwssite op voor Mechelen, *As Gau Paust*. Dit project gebruikt burgerjournalistiek en pleit voor volledige openbaarheid van bestuur. Ze publiceren 'verborgen agendapunten' van de Mechelse gemeenteraad en proberen hyperlokaal nieuws te brengen.

1997

Eerste krant

De Tijd was de allereerste Vlaamse krant die een digitale versie uitbracht.



2003

vrtnieuws.net

De openbare omroep zette in 2003 haar eerste stappen in de online nieuwswereld. De VRT startte met haar eerste nieuwssite, *vrtnieuws.net*. Vijf jaar later kreeg het journaal een nieuwe vorm en inkleding, en gelijktijdig veranderde ook de nieuwssite naar *deredactie.be*. In 2017 werd *deredactie.be* omgedoopt tot *vrtnws.be*. In 2015 lanceerde de VRT haar nieuwsapp.

De VRT heeft in het verleden ook geëxperimenteerd met andere websites, zoals het cultuurplatform *cobra.be*. Na vijf jaar trok de VRT de stekker uit het initiatief, omdat het onderhoud van de website te veel kostte en te weinig bezoekers lokte.

Apache zoekt verslaggevers voor regioproject

Apache trekt een jaar lang rond vier thema's de regio in. Daarvoor willen ze samenwerken met burgerjournalisten en beroepsjournalisten in heel Vlaanderen. Het project wordt gesteund door het Vlaams Journalistiek Fonds (VJF). **Steven Vanden Bussche** doet een oproep naar verslaggevers.

'Apache heeft al langer een hart voor lokale en regionale onderzoeksjournalistiek. Zo werkten we net voor de gemeenteraadsverkiezingen aan het dossier 'Bouwheren Baas', over de relaties tussen vastgoedprojecten en lokale politici. Dankzij het Vlaams Journalistiek Fonds kunnen we een tandje bijsteken. De niche van lokale en regionale onderzoeksjournalistiek maakt in het buitenland (opnieuw) furore. Verschillende nieuwe media en projecten verwierven een plaats in het medialandschap. Denk maar aan de vier succesvolle hyperlocals van Mediacités in Frankrijk of de wervende kracht van The Bureau Local in het Verenigd Koninkrijk. Het Nederlandse Stimuleringsfonds voor de Journalistiek ondersteunt dit jaar verschillende innovatieve projecten op het vlak van lokale en regionale journalistiek.

'DE VIERDE MACHT IS OOK NODIG IN DE DORPSSTRAAT'

Vlaanderen hinkt op dat vlak achterop. Er zijn natuurlijk wel individuele journalisten die zich onderscheiden en media die inspanningen verrichten. En er is uiteraard nog goede regionale en lokale journalistiek in Vlaanderen te vinden. Maar de niche staat onder druk. Het lijkt ook steeds moeilijker om op regionale en lokale schaal voldoende meerstemmigheid te verzekeren, schreven experts recent nog in het rapport *Eén taal, meer stemmen*. Tegelijkertijd professionaliseert de overheidscommunicatie razendsnel, niet in het minst ook lokaal.

'Het zijn verwarrende tijden voor alle media, maar de regiojournalistiek krijgt de zwaarste klappen', meent hoofdredacteur **Karl Van den Broeck**. 'Apache wil daarom de expertise van lokale journalisten valoriseren en de controlefunctie van de pers in onze steden en gemeenten opnieuw mee gestalte geven. Want de vierde macht is ook in de Dorpsstraat broodnodig.' Daarbij komt ook dat het lokale bestuursniveau in Vlaanderen steeds meer bevoegdheden krijgt. De verregaande decentralisatie was overigens een speerpunt van het Vlaamse regeerakkoord.

THEMATISCH

Apache wil het komende jaar meer inzetten op lokale en regionale onderzoeksjournalistiek. Dat doen we aan de hand van vier thema's. Het eerste project draait rond de verkoop van publieke gebouwen en gronden. We lanceerden daarvoor een oproep naar het publiek om tips, experts en burgerjournalisten aan te trekken, en willen ook graag samenwerken met beroepsjournalisten die lokaal verankerd zijn en over expertise en contacten beschikken. De eerste samenwerkingsverbanden kregen ondertussen al vorm. Zo werken we voor het eerste thema samen met **Olivier Neese** van *Krant van West-Vlaanderen*, die vorig jaar nog genomineerd werd voor de onderzoeksjournalistieke prijs De Loep. Ook in Brussel en een andere Vlaamse centrumstad staat al een samenwerking in de steigers. Maar we zoeken nog meer (freelance) journalisten die met ons willen samenwerken. In de projectsubsidie van het Vlaams Journalistiek Fonds (VJF) zijn daarvoor ook aparte vergoedingen voorzien. Wie meer informatie wil kan terecht op www.apache.be/lokaal of mailt naar lokaal@apache.be. Na dit jaar willen we niet stoppen. Het is de bedoeling om de samenwerking met het nieuwe netwerk van lokale journalisten verder te zetten in de werking van *Apache*.'

De ups en downs van digitaal nieuws

Wat is de balans van 30 jaar www en 10 jaar smartphone voor het nieuws? De uitkomst wordt sterk bepaald door het perspectief. Mediabedrijven, individuele journalisten, nieuwsconsumenten en de samenleving als geheel zullen voor- en nadelen elk op eigen wijze invullen. Toch hoeft dat een proeve van synthese niet in de weg te staan. En een to-do-lijstje evenmin.

POL DELTOUR

Mediabedrijven PROBLEMEN EN KANSEN

Disruptie, de term is meer dan toepasselijk op wat de klassieke mediabedrijven sinds 30 jaar doormaken. Om te beginnen kwamen er gigantische technoplatvormen bij. Nu zorgen Google, Facebook, YouTube en dies meer wel voor een grotere verspreiding van het nieuws van de klassieke media, maar toch niet in die mate dat het die laatste veel extra inkomsten oplevert. Het zijn integendeel de nieuwe platformen zelf die het gros van de aandacht van het publiek wegkopen, en in het verlengde daarvan biljoenen reclamegeld, die niet langer naar de klassieke media gaan. Wat het nog erger maakt, is dat Facebook & Co.

BEHALVE SNELHEID IS OOK INTERACTIVITEIT EEN PLUS: EEN JOURNALIST WEET METEEN WAT ZIJN PUBLIEK (OF TOCH EEN FRACTIE DAARVAN) VINDT VAN ZIJN WERK

dit doen met vaak van de klassieke media gestolen content, verder met veelal van hun gebruikers gestolen data, en tot slot meer en meer ook met desinformatie en fake news. Hoe dan ook zagen en zien de klassieke media zich gedwongen zwaar te

saneren, ook op hun redacties. Tegelijk investeren de meeste intensief in nieuwe IT. *Digital first* is nu overal het ordewoord, wat onder meer ten koste gaat van (dure) print. Anderzijds zagen ook nieuwe, kleine maar fijne digital only nieuwsmedia het licht. *Apache*, *MO**, *Charlie* en anderen zorgen voor extra pigment in het Vlaamse nieuwsaanbod, dat door de voortschrijdende concentratie van de grote nieuwsmedia steeds meer verschaalt.

Journalisten ONZEKERHEID EN NIEUWE TOOLS

De werkgelegenheid voor professionele journalisten krimpt – zie hoger – zij het in onze contreien minder

dan in veel andere landen. Een belangrijke tendens is ook de verzelfstandiging van het beroep. Dat de Vlaamse journalistiek relatief gespaard is gebleven tot dusver, komt wellicht ook omdat onze nieuwsmedia nog in handen zijn van vrij authentieke uitgevers, niet van loutere incassobureaus. Niettemin blijven veel journalisten zich grote zorgen maken over hun toekomst, ook ingevolge de invoering van steeds meer technologie en artificiële intelligentie op de redacties. De informatiesunami zorgt bovendien voor extra stress en meer burn-outs. Journalisten bevinden zich nu eenmaal in de vloedgolf ervan. Tegelijk zorgt nieuwe technologie voor veel nieuwe werkvreugde. Journalisten beschikken over meer informatiebronnen dan ooit tevoren. Daar zit dan wel dikwijls desinformatie en fake news bij, we kunnen het ook makkelijker factchecken. Ook de verwerkingsmogelijkheden zijn toegenomen, denk aan de datajournalistiek die een project als Curiezeuzen mogelijk maakt. Onderzoeksjournalistieke dossiers zoals de Panama Papers of Football Leaks zouden niet mogelijk zijn geweest zonder de nieuwe digitale tools. Journalisten beschikken daarnaast over veel meer mogelijkheden om hun waar aan te bieden. Multimedia is het leidmotief. Krantenjournalisten maken podcasts, omroepjournalisten schrijven longreads, en allen hebben ze hun eigen FB-pagina en twitterkanaal. Behalve snelheid is ook interactiviteit een plus: een journalist weet meteen wat zijn publiek – of toch een fractie daarvan – vindt van zijn werk.

Nieuwsconsumenten WEELDE EN BEDROG

De burger beschikt over een nooit gezien informatieaanbod. Van entertainment over nieuws tot Wikipedia: de keuzevrijheid is

enorm. Die informatie circuleert ook sneller en mondialer dan ooit, en omzeggens gratis op de koop toe. Ook de actieve communicatie- en interactiemogelijkheden zijn ongezien en maakt van iedereen een potentiële uitgever of journalist. De burger, *formerly known as the audience*, zit meer dan ooit aan de stuurknuppel van de informatie-maatschappij. Ongemakken zijn er ook. Zo wordt het voor velen gewoon te veel, wat sommige mensen geestelijke gezondheidsproblemen oplevert en anderen doet afhaken van het nieuws. Bovendien eigenden Google en Facebook zich via hun 'gratis' zakenmodel onze persoonlijke data toe, wat hen via duistere algoritmen in staat stelde gepersonaliseerde content en reclame op ons af te vuren. Op de koop toe blijkt veel van hun informatie misleidend, fake en zelfs ronduit gevaarlijk te zijn.

Samenleving NETWERKING EN ATOMISERING

Internet, zo dachten we 30 jaar geleden, zou de samenleving een flinke boost geven. Mensen zouden zich meer verbonden voelen. De democratie zou transparanter en directer worden. Van een top-down massamediamaatshappij zouden we evolueren naar een liederlijke netwerksamenleving.

Ook al ging het deels die richting uit, het omgekeerde gebeurde ook. De informatieovervloed dreigt de samenleving net minder geïnformeerd te maken. Sociale media blijken mensen evenveel te verdelen als te verbinden. Dat geeft almaar meer voeding aan fabulerende, extremistische en populistische actoren, die uiteindelijk zelfs de democratische rechtsstaat bedreigen.

EEN PROEVE VAN SYNTHESE ...

De digitale revolutie heeft de klassieke nieuwsmedia verzwakt, maar de journalistiek op zich versterkt. Jammer genoeg bereikt al die goede journalistiek minder publiek. De grote technologieplatformen haalden veel zuurstof (aandacht, reclamegeld) uit de mediasector, maar leverden daar uiteindelijk maar een ambigu aanbod voor in de plaats: heel veel informatie, maar slechts een deel daarvan betrouwbaar en kwalitatief. Dat doet uiteindelijk zelfs de democratische ordening wankelen.

... EN EEN VOORLOPIGE TO-DO-LIJST

Professionele nieuwsmedia en journalisten moet blijven investeren in kwaliteitsnieuws, zowel inhoudelijk als qua verspreiding. Voor zover zij inhoudelijk verschrallen, moeten nieuwe nieuwsmedia kansen krijgen. Zowel de federale als de Vlaamse overheid kan ter zake een stimulerende rol spelen.

De technologieplatformen zijn aan responsabilisering toe, naar het model van een klassieke uitgever. De Europese Copyright-richtlijn en GDPR-verordening zijn stappen vooruit. Rest de vraag hoe FB & Co. nu ook te responsabiliseren voor hun fake news, aanzetten tot haat en andere gevaarlijke info.

Burgers tot slot moeten meer dan vroeger 'mediawijs' worden gemaakt. Onderwijs en fiscaliteit kunnen hefboomen zijn hiervoor.

Meer over een en ander op www.journalist.be /Memorandum aan de nieuwe beleidsverantwoordelijken na 26 mei.

'Een verhaal begint pas te leven als het online verschijnt'



‘Fuck fake’, dat is de slagzin die Jozefien Daelemans (40) voor *Charlie Magazine* bedacht toen ze het online blad 5 jaar geleden lanceerde om realistisch feminisme een duw in de rug geven. Vijf jaar later is *Charlie* een vaste waarde geworden. Maar het blijft knokken.

MONICA MORITZ

Charlie is een ‘community’ die eind vorig jaar 1.300 betalende leden had. Een fundraisingsactie leverde niet alleen meer dan duizend extra abonnees op, maar ook 100.000 euro. Daarmee kan *Charlie* in 2019 haar werking verder te zetten, nieuwe financiële middelen aanboren en partnerschappen met andere titels creëren. Van klassieke en vaak stereotiepe advertenties als inkomstenbron ziet Daelemans voorlopig af. ‘We verkiezen advertenties die aansluiten bij onze vormgeving, toon en thema’s. We hebben ook al partnerschappen afgesloten met culturele huizen zoals De Singel, Curieus of Kunst in Huis, voor wie we ook content produceren.’

‘Oprechte, relevante en eerlijke reclame’ zoals je ze noemt, bestaat die eigenlijk wel?

Jozefien: ‘Ik heb meegewerkt aan het charter Unstereotype Communication van de UBA, de Unie van de Belgische Adverteerders. Dat reikt adverteerders tools aan om werk te maken van diversiteit en om stereotypen te vermijden. Boodschappen over auto’s of wasproducten kun je ook buiten de klassieke hokjessetting benaderen. Mannen doen ook de afwas, of zouden dat moeten doen, en vrouwen kopen ook auto’s, om maar iets te zeggen.’

Evolueren adverteerders dan niet mee met hun tijd?

‘Misschien meer dan vroeger, maar een onderzoek van de Universiteit Antwerpen uit 2014 heeft aangetoond dat de rollenpatronen in reclamespots nog sterk gelijkend op die uit de jaren 50: zogende moe-

ders, werkende vaders. Unilever, een van de grootste adverteerders, heeft de huidige voorstelling van vrouwen laten onderzoeken. Blijkt dat maar 2% van de vrouwen in intellectuele rollen verschijnen, 1% in komische en 3% in leidinggevende. Dat is ontzettend treurig, want reclame heeft mijns inziens veel invloed op de perceptie van sociale functies en schoonheidsidealen. Reclame is alom aanwezig en dringt zich via internet en sociale media meer dan ooit op in onze samenleving. Je kunt ze gewoon niet wegdenken.’

IK VIND HET NAÏEF EEN KRANTENREDACTIE TE BLIJVEN RUNNEN WAAR ALLEEN BLANKE MENSEN WERKEN

Je lezers en journalisten vormen een community – omdat jullie jezelf in *Charlie* terugvinden?

‘Onze lezers vonden vaak geen merk waarin ze zich herkenden. Veel vrouwenbladen focussen vooral op lifestyle of zachte onderwerpen. Ik zat zelf ook op mijn honger, zelfs als ik bijvoorbeeld *Knack* of *Humo* las. Die bekijken de wereld door een voornamelijk mannelijke en witte bril. Ook hun toon en humor zijn vrij mannelijk. Daar is niks mis mee, maar ik voelde mij niet altijd aangesproken. Uit het Global Media Monitoring Report Project blijkt trouwens dat maar een kwart van de

mensen die in de media aan bod komen vrouwen zijn. Bovendien is dat vaker in een huishoudelijke context en praten ze over softere topics. Er bestaat ook een onderzoek waaruit blijkt dat foto’s van vrouwen, zelfs van staatshoofden, kleiner zijn dan die van mannen. Mijn gevoel over die mannelijke invalshoek berust dus op feiten.’

***Charlie* is een feministische publicatie – dat is toch ook een bril?**

‘Maar die dringt zich ook op. Hoe komt het dat vrouwen niet doorstromen naar de top terwijl er meer hoogopgeleide vrouwen dan mannen afstuderen? Dat ligt niet aan de vrouwen, maar volgens mij aan een structurele ongelijkheid die vrouwen tegenhoudt om topfuncties te bekleden. Dat maakt ze onzeker waardoor ze gaan denken: het is voor mij niet weggelegd om me in die mannenwereld te wurmen.’

Hoe ziet het *Charlie*-feminisme er precies uit?

‘Het is een inclusief en modern feminisme, en het gaat niet alleen over doorstromen naar de top. Feminisme is een woord met veel connotaties en ladingen en kan voor iedere vrouw iets anders betekenen. Veel mensen hebben een tijdje gedacht dat de strijd was gestreden, dat feminisme vandaag overbodig is, maar met het uitbreken van #metoo is gebleken dat we er nog lang niet zijn. Vrouwen hebben nog dagelijks last van structureel seksisme en seksueel geweld en vinden het moeilijk om daarover te praten, om verschillende redenen. Dat toont

gewoon aan dat heel het systeem fout in mekaar zit. Dat feminisme ook betekent dat je tegen mannen bent, is een grote misvatting. Feminisme bindt net de strijd aan tegen beperkende genderrollen, tegen die hokjes waarin je als man of als vrouw moet passen. Sommige mannen hebben bijvoorbeeld moeite met praten over misbruik, omdat het niet in het narratief past van de sterke, onaan-tastbare man. We komen ook op voor meer vaderschapsverlof en meer respect voor hun opvoedende rol. Onze insteek is vrouwelijk, maar we zijn geen vrouwenblad pur sang. Een kwart van onze lezers zijn mannen.'

Richt Charlie zich voornamelijk tot jonge mensen?

'Goh, we krijgen ook lezersbrieven van vrouwen van 60 die het blad fijn vinden omdat het hen doet terugdenken aan hun feministische jaren. De meeste lezers zijn tussen 20 en 40: mensen die hun eerste job zoeken, hun eerste kind krijgen of voor een beslissende keuzes staan in hun leven en carrière. Wij zijn vooral een medium dat bepaalde topics anders bekijkt. MO* werpt ook een andere blik op de wereld. Moet alle journalistiek zoals MO* of Charlie zijn? Uiteraard niet, maar ze is wel waardevol. Veel jonge journalisten die wij hebben opgeleid vinden nu hun weg in de mainstream media. In die zin zijn wij ook een kweekvijver van talenten waar klassieke kranten-redacties niet zo vaak toegang tot hebben. En dat willen we ook blijven. Dus ja, wij knokken voor eerlijkheid, gelijkheid, en realistische representatie. We zijn de vinger aan de pols van een steeds veranderende wereld, zowel op gebied van gender als van afkomst.'

Dat weerspiegelt zich ook in jullie redactie.

'Wij hebben een voornamelijk vrouwelijke en ook een van de meest diverse redacties in Vlaanderen waar mensen met een migratieachtergrond meepraten over belangrijke topics. Onze lezers identificeren zich met de gezichten die zij zien en de stemmen die zij horen. Dat opent een andere blik op de wereld, waar dan andere media ook over gaan schrijven. Je noemde het daarnet naïef om een project als Charlie neer te zetten.

Maar ik vind het naïef een kranten-redactie te blijven runnen waar bijna alleen maar blanke mensen werken, terwijl meer dan de helft van stedelijke jongeren een migratieachtergrond heeft. En waarom worden die jongeren zelf geen journalisten? Omdat ze zichzelf niet vertegenwoordigd zien op die redacties, omdat hun thema's er niet behandeld worden, omdat ze heel vaak enkel in beeld komen als het slecht gaat of na een aanslag. Lees de Facebookcommentaren maar eens als een moslim in beeld komt. Onze zwarte redactrices met Congolese of Rwandese roots krijgen ook bakken haat over zich

IK KRIJG AL EENS DOODSBEDREIGINGEN EN BELEDIGINGEN. IK NEEM DIE NIET SERIEUS, MAAR HET IS WEL BIZAR DAT ZULKE UITLATINGEN ERBIJ ZIJN GAAN HOREN

heen wanneer ze zich uitspreken. Zij voelen zich als schietschijven en denken al goed na vooraleer ze met hun gezicht op de televisie komen. Een onderzoek van de Nederlandse journalistenvereniging heeft onlangs uitgewezen dat journalisten steeds vaker bedreigd worden, waardoor ze terughoudender worden in wat ze nog publiceren. Van de 638 ondervraagde journalisten werd 61% al bedreigd, waarvan 22% maandelijks. Zo was er ook eens een experiment waarbij een koppel journalisten een maand van naam ruilde. Toen haar stukken onder zijn naam verschenen, kreeg ze het veel minder hard te verduren, los van de inhoud. We zijn het nog altijd niet gewoon dat een vrouw zich even scherp uitspreekt als een man.'

Assertieve vrouwen worden ook nog steeds scheef bekeken.

'Ja, dat is waar. Dan ben je bazig en een bitch.'

Ben jij een bitch?

'Sommigen zeggen dat ik hard kan zijn. Anderzijds hoor ik van mannen

ook dat ik te gevoelig of te emotioneel zou zijn voor mijn job. Het is altijd wel iets. Ben ik een bitch? Ik weet het eigenlijk niet, ik vind mijzelf best wel sympathiek (*lacht*). Ik kan misschien wel ongezoeten mijn mening geven en als ik mensen bullshit hoor vertellen, zal ik daarop reageren, misschien niet altijd op de meest subtiele manier. Sommige feministische opinies vallen ook niet altijd in goede aarde. Ik krijg al eens doodsbedreigingen en grove beledigingen. Jij zou afgemaakt moeten worden, mannen zijn superieur, vuile *kech*, die dingen. Ik neem dat niet serieus, maar het is wel bizar dat zulke uitlatingen erbij zijn gaan horen. Ik denk dat de pers reacties op sociale media meer moet controleren. Je moet voor je lezers een veilige plek creëren waar ze zich kunnen mengen in het debat. Wij hanteren daarom duidelijke regels: schelden en een link dumpen, daar doen we niet aan mee. Overtreden lezers onze voorschriften dan krijgen ze eerst een waarschuwing en bij herhaling blokkeren we ze. Dat helpt.'

Die interactie vind je duidelijk cruciaal.

'Lezers reageren, delen het stuk en er ontspint zich een grotere discussie. Die interactieve communicatie, dat people-to-people gegeven is voor mij inderdaad heel belangrijk. In Charlie zit ook het Spaanse werkwoord *charlar*, babbelen, een dialoog op gang brengen. Een verhaal begint pas te leven als het online verschijnt.'

Jullie laatste bookzine prijst zichzelf aan als 'wild en ongeremd'. Mag ik dat ook als een vertaling zien van jullie slagzin 'fuck fake'?

'We willen altijd op een taboeloze manier over alles praten, ook over seks. Dat mag ook een beetje schuren en wringen, het hoeft niet allemaal te braaf te zijn. Ook in onze beeldvorming proberen wij zo realistisch mogelijk te zijn en geen picture perfect plaatjes te brengen, maar het leven zoals het is, mensen zoals ze zijn in elke mogelijke vorm. Een realistische kijk op seks is ook broodnodig, zeker nu tieners en twintigers opgroeien met internet-pornografie en een vervormd beeld hebben van lichamen en seks. Je zegt

dat je sommige foto's in onze bookzines onsmakelijk en choquerend vindt. Maar onze ongecensureerde foto's nodigen niet uit om mooi gevonden te worden, zij tonen gewoon wat er is en wat er leeft. Ik denk echt dat het nodig is dat lezers gewone lichamen te zien krijgen, anders zien ze die alleen in hun spiegel. Twintig jaar geleden verschilde een model 8% in gewicht met een gemiddelde vrouw. Vandaag is dat verschil 23%. Daarbij kun je je afvragen of we mensen niet gauw dik vinden omdat we het zo gewoon zijn om magere modellen te zien. 't Is maar wat je gewoon bent en wat je leert mooi te vinden.'

Hoe zie je de toekomst van de journalistiek?

'Het zijn spannende tijden. Elke redactie maakt zich vandaag zorgen. Zullen lezers nog willen betalen voor journalistiek? De printoplages blijven dalen, maar de switch naar betalende online journalistiek komt trager op gang. Nieuwssites die enkel draaiden op gratis nieuws, betaald door advertenties, hebben ook serieuze klappen gekregen. België is een klein land en dat maakt de situatie extra moeilijk, vooral voor onderzoeksjournalistiek die minder vaak aangeklikt wordt, minder *eyeballs* genereert en dus minder opbrengt. Ik vind dat er meer financiële ondersteuning vanuit de overheid mag komen. Met subsidies zouden wij meer journalisten kunnen inhuren en meer inzetten op kwaliteit. Dat is duur en ik geef dus geen geld uit dat er niet is. Misschien moeten redacties van diverse media ook meer gaan samenwerken.'

Journalistiek mag toch niet afhankelijk zijn van overheidssubsidies, dat trekt bovendien ook niet noodzakelijk meer lezers.

'Dat klopt, maar net de grote mediahuizen steunen daar wel op. De overheid bevoorrecht de klassieke spelers, door middel van een vrijstelling van btw en distributiesteun. Nieuwe spelers met een nieuwe kijk op onderwerpen of businessmodellen, die ook vruchten kunnen afwerpen, zelfs voor de grote mediaspelers, blijven in de kou staan. Dat is niet democratisch. Ik vind dat

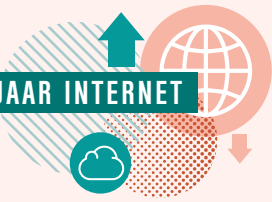


'Ik, een bitch? Ik vind mezelf best wel sympathiek.' Foto's Tim Coppens

WIJ ZIJN GEEN VROUWENBLAD 'PUR SANG'. 1 OP DE 4 LEZERS IS EEN MAN

nooit aflatende David tegen Goliath-gevecht over subsidies zeer vermoeiend. Zo hadden kleine spelers lange tijd geen recht op de vrijstelling van BTW waar klassieke mediahuizen van genieten voor hun papieren en digitale kranten. Wij moesten 21% aanrekenen en ook doorstorten. Er zou nu een wetvoorstel gestemd worden om alle btw-tarieven voor de verkoop van journalistieke publicaties

gelijk te trekken vanaf begin april. Maar daarnaast is er nog de distributiesteun via Bpost, goed voor zo'n 170 miljoen euro per jaar, die ervoor zorgt dat kranten en magazines quasi gratis gebust kunnen worden. Wij betalen echter bijna 4 euro per verzonden nummer. Dat is pure discriminatie. Media 21 kaart dat al 5 jaar aan. Wij pleiten niet om die steun af te schaffen, wel om hem eerlijk te verdelen, zodat het iedereen in de journalistiek ten goede komt. Dat is een van de grote frustraties van media ondernemers: je vertrekt niet van een gelijk speelveld. Dat is de reden waarom die fundraising nodig was. Je moet alles alleen uitbouwen aan minder gunstige voorwaarden. Op de duur is dat onhoudbaar.'



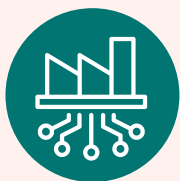
10 dingen

over artificiële intelligentie die elke redactie moet weten

Er gaat geen dag voorbij zonder een nieuwe krantenkop die orakelt dat artificiële intelligentie (AI) kanker zal genezen, onze jobs zal afnemen of zelfs de hele wereld gaat overnemen. Maar wat is AI eigenlijk, en wat kan het betekenen voor een nieuwsredactie? Als John S. Knight Journalism Fellow aan Stanford University in de VS doe ik onderzoek naar de toepassingen en risico's van AI voor de journalistiek. Hier alvast enkele voorlopige bevindingen.

TOM VAN DE WEGHE

Artificiële Intelligentie is in essentie een systeem dat zelfstandige beslissingen neemt en menselijke taken uitvoert, zoals problemen oplossen, taal begrijpen of objecten of geluiden herkennen. Om computers daarbij te helpen, is een stapsgewijze instructie nodig: een algoritme. En om zo'n algoritme te doen werken, zijn data essentieel. Nog niet alle journalisten beseffen het wellicht, maar AI beïnvloedt de nieuwsketen vandaag al fundamenteel. Van de nieuwsgaring over de verwerking van informatie tot de distributie ervan.



1. AI AUTOMATISEERT DE REDACTIE

Tegenwoordig wordt van journalisten verwacht dat ze op verschillende platformen een verschillend doelpubliek bereiken. Steeds vaker zorgt dat voor klachten over monotone en repetitieve taken die ze moeten uitvoeren. AI kan hierbij helpen en een deel van deze taken overnemen. Er zijn al mediabedrijven die **Natural Language Generation** (NLG) gebruiken om bijvoorbeeld gestructureerde data in een geschreven

artikel om te zetten. Vaak zijn deze artikels niet eens meer te onderscheiden van een door de mens geschreven bijdrage. *The Washington Post* gebruikt hiervoor bijvoorbeeld **Heliograf**, en het Chinese online nieuwsbedrijf Toutiao heeft zelf **Xiaomingbot** ontwikkeld. Andere nieuwsbedrijven zoals Bloomberg en The Associated Press gebruiken **Wordsmith** van Automated Insights, een hulpmiddel dat data opzoekt en verslagen kan opstellen over resultaten in de sportwereld en de winst van bedrijven. AI-gegenerateerde data helpen hen om dit soort nieuws op een veel grotere schaal dan voordien te produceren. In het geval van The Associated Press is dat maar liefst twaalf keer meer.



2. AI BEVORDERT ECHTE VERSLAGGEVING

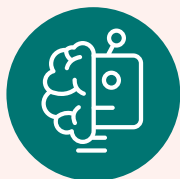
De vrees bestaat dat AI de rol van journalisten zal terugdringen tot het beheren van databanken. Experimenten in grote nieuwsbedrijven zoals The Associated Press tonen het tegendeel aan. AI maakt daar tot 20 % van de tijd van journalisten vrij.

Hierdoor kunnen zij zich weer meer focussen op inhoud en meer tijd besteden aan hun eigenlijke taak: verslaggeving. Spraak-naar-tekst transcriptietools zoals **Trint** of **Recordly** kunnen onze levens een pak makkelijker maken, omdat we zo geen uren meer moeten besteden aan het uitschrijven van interviews. Bedrijven zoals Clarifai of Vidovr gebruiken computertechnologie om automatisch content te herkennen in foto's, die content te taggen en gelijkaardige onderdelen te herkennen.

Cortico, een non-profitorganisatie die samenwerkt met het MIT Media Lab, bouwt een systeem dat minder bekende stemmen, perspectieven en verhalen naar boven brengt voor een gevarieerdere dialoog. Journalisten kunnen dit gebruiken om verhalen te schrijven over mensen met verschillende politieke standpunten die toch raakvlakken hebben met elkaar. *The Financial Times* geeft een ander voorbeeld van hoe AI voor meer diversiteit in de verslaggeving kan zorgen: zij gebruiken een bot die de redactie waarschuwt wanneer er te veel mannelijke stemmen aan het woord worden gelaten. AI kan ook videoproductie automatiseren. Het Israëlische bedrijf Wibbitz ontwikkelde een tekst-naar-video platform waarbij beeldherkenning wordt gebruikt om video's te

produceren die automatisch met de tekst overeenkomen. Die video wordt dan achteraf nog opgeschoond door een monteur. Ook deze tool vergemakkelijkt onze job, zonder dat ze ons daarom (al) kan vervangen. Programma's zoals **Newswhip** of **Graphtext** kunnen ons nieuwe onderwerpen helpen vinden, door machine learning los te laten op sociale media.

News Tracker, van Reuters, analyseert live tweets en wist zo al verscheidene primeurs te scoren.



3. AI VERBETERT ONDERZOEKSJOURNALISTIEK

AI kan op grote schaal data analyseren en patronen herkennen. Terwijl onderzoeksjournalisten normaal vaak dagen, maanden of zelfs jaren nodig hebben om miljoenen documenten uit een corruptiedossier te doorploegen, kan dat voortaan veel sneller. Met **Natural Language Processing** (NLP) kunnen journalisten door deze documenten gaan en data-eenheden ontdekken en de relaties ertussen blootleggen. Vergelijk het met een vergrootglas dat dingen laat zien die niet zichtbaar zijn voor het blote oog. Op die manier kan AI verhalen naar boven brengen die nooit eerder zijn verteld.

AI zelf kan ook het voorwerp worden van journalistiek. Geen onbelangrijk thema, nu algoritmes ons leven meer en meer beïnvloeden.

Nieuwsorganisaties zoals ProPublica of het net opgerichte The Markup onderzoeken algoritmes en hoe die beslissingen nemen die ons leven jarenlang beïnvloeden. Zo hebben journalisten al vooroordelen en discriminatie ontdekt in algoritmes, bijvoorbeeld bij het berekenen van autoverzekeringen, het aanwerven van werknemers of het vervolgen van criminelen. Het opvolgen van de betrouwbaarheid van algoritmes wordt ongetwijfeld een belangrijke nieuwe sector in de onderzoeksjournalistiek.



4. AI HELPT BIJ FACTCHECKING

Terwijl het vertrouwen in de journalistiek is gedaald door foute informatie die wordt verspreid op sociale media kan AI een oplossing bieden door *fake news* te detecteren. Journalisten kunnen AI gebruiken bij factchecking en analyses van tekst, foto's en video's.

Neem **Chequeabot**, een programma ontwikkeld in Argentinië, dat automatisch te verifiëren delen in nieuwsteksten vindt en ze naar de redactie stuurt. Gelijkaardige geautomatiseerde factcheckapplicaties zijn **Claimbuster** en **Factmata**. Het Britse bedrijf Logically gebruikt een *machinelearning* algoritme om fake news te bestrijden.

Toch blijft vooral de verificatie van foto's en video's nog een grote uitdaging. Veelbelovende tools hier zijn onder meer **Amber**, **Serelay** en **Truepic**.



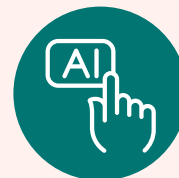
5. AI PERSONALISEERT HET NIEUWSGEBRUIK

AI kan er voor zorgen dat elke gebruiker content op zijn of haar maat krijgt aangereikt, afhankelijk van wie men is, waar men zich bevindt of in welke stemming men verkeert. Door een onbepaald aantal versies van een artikel te creëren, kan AI redacties helpen een meer divers publiek te bereiken. AI kan ook de dialoog met het publiek bevorderen. Chatbots zoals die van Quartz Bot Studio, laten gebruikers vragen sturen over nieuwsevents, mensen of plaatsen. Ze krijgen onmiddellijk een antwoord terug.

The Wall Street Journal hanteert enkele interessante AI-tools om een persoonlijke gebruikerservaring te ontwikkelen. Een listening box

bijvoorbeeld luistert naar wat het publiek te zeggen heeft en helpt zo de journalist dichter bij zijn lezers te staan.

Zelf werkte ik mee aan een project om een meer natuurlijke spraakinteractie te ontwikkelen op **Alexa**, van Amazon. De applicatie moet gebruikers door het nieuws gidsen op een meer gepersonaliseerde manier. Omdat de synthetische stem van Alexa in de toekomst veel natuurlijker zal klinken, zal ook de interactie met het nieuws aangenamer worden. En dat zal ook de nieuwsconsumptie ten goede komen. Lees meer over dit project op <https://medium.com/@tomvandeweghe/hi-alexa-lets-chat-about-the-news-f60660f053e8>



6. AI MOET WEL TRANSPARANT ZIJN

Het is belangrijk dat zowel journalisten als nieuwsgebruikers altijd weten of een verhaal geschreven is door een machine of door een mens. Redacties moeten hier open en eerlijk over communiceren. Vertrouwen in AI is cruciaal, en daarvoor is het essentieel dat wordt uitgelegd hoe het tot zijn beslissingen komt.

Ook de gebruikte data moeten transparant beschikbaar zijn. Terecht maken mensen zich zorgen over de geheimzinnigheid van AI-systemen, die gezien worden als een black box. Het is aan sceptische journalisten om op die bezorgdheid in te spelen. Zoals we altijd al onze informatiebronnen hebben gecontroleerd, zullen we in de toekomst de betrouwbaarheid van een AI-systeem moeten verifiëren. Alleen op die manier zullen we ongevallen – die er ongetwijfeld zullen komen – kunnen minimaliseren.

Om meer vertrouwen te krijgen in AI zouden journalisten en gebruikers toestemming moeten krijgen om te experimenteren met de technologie. Door zelf de parameters van een algoritme aan te passen, kunnen ze dan nagaan hoe het resultaat verandert. *The Wall Street Journal*

voert al dergelijke tests uit.



7. AI CREËERT NIEUWE ETHISCHE KWESTIES

AI zal de fundamenteën van de journalistiek niet veranderen. De toepassing ervan op een redactie zal enkel succesvol zijn als we de klassieke journalistieke standaarden blijven volgen. Maar algoritmes zijn snel bevooroordeeld en kunnen extra fouten maken, net zoals de mensen die hen hebben gecreëerd. Omdat algoritmes niet zoals mensen aansprakelijk kunnen worden gesteld, is het belangrijk dat menselijke verantwoordelijkheid blijft gelden in elk onderdeel van de nieuwsproductie. Als redacties AI gaan gebruiken, is het zaak om een ethisch team samen te stellen. Dat kan dan om te beginnen een checklist opstellen voor het gebruik van AI in een journalistieke context.



8. AI VERANDERT HET AUTEURSRECHT

De opkomst van AI op redacties zet de huidige regels over auteursrechten op de wip. AI baseert zich op door mensen gemaakte content, zoals artikels en video's, om zijn eigen product te maken. Dit kan de rechten van traditionele auteurs en media schenden. Het wettelijke statuut van de gemaakte content wordt een belangrijk discussiethema. Het onlangs opgerichte bedrijf Knowhere uit Londen en San Francisco gebruikt AI om 'onbevooroordeelde' teksten te schrijven over nieuwsverhalen. Het algoritme kijkt naar honderden nieuwsbronnen alvorens zijn eigen 'onpartijdige'

versie van het verhaal te schrijven. Nathaniel Barling, de co-oprichter en hoofdredacteur van **Knowhere**, moest onlangs toegeven dat het probleem van de auteursrechten nog niet was opgelost.



9. AI DWINGT JOURNALISTEN ZICH OM TE SCHOLEN

AI verandert de rol van journalisten, die nog meer dan vroeger 'gatekeepers' zullen worden. En dat vereist van de redactieleiding meer investeringen in de training van hun journalisten. Hoe meer journalisten weten over AI, hoe effectiever ze het kunnen gebruiken. Journalistenopleidingen moeten bijvoorbeeld ook meer aandacht besteden aan leren programmeren. Levenslang leren en herscholen worden bovendien belangrijker dan ooit. Ook meer samenwerking tussen nieuwsorganisaties en de technologie-industrie dringt zich op. Jeff Bezos, oprichter van Amazon en eigenaar van *The Washington Post*, weet dit al een poos. Hij huurde tientallen datawetenschappers in om zij aan zij met journalisten op de redactie te werken. Samenwerking is cruciaal op een AI-geassisteerde redactie. AI zal op die manier ook voor nieuwe jobs zorgen.



10. AI IS GEEN BESPARING

De nieuwsmarkt is momenteel verre van stabiel. Daardoor bestaat het gevaar dat traditionele media AI bekijken als een manier om kosten te besparen en het met minder journalisten te doen. Dat kan verleidelijk zijn, maar het is wel een grote beoordelingsfout. Om AI succesvol

in het redactieproces te integreren, zijn precies nieuwe investeringen nodig – niet alleen in technologie, maar ook in mensen.

Journalisten krijgen daarbij een nog grotere rol om alle puzzelstukjes bij elkaar te leggen. Aan hen komt het toe verhalen te blijven controleren en er een menselijke toets aan te geven. Zonder journalisten als sterke gatekeepers is AI gedoemd te falen.

WHAT'S NEXT ?

AI is de journalistiek al volop aan het veranderen, op een manier die weinig mensen hebben zien aankomen. Een arsenaal aan nieuwe tools staat ons ter beschikking en doet ons tijd besparen die we als journalist beter kunnen invullen. Maar AI is niet de Heilige Graal.

We mogen de toekomst van AI in nieuwsorganisaties niet ophemelen, en er zeker niet blind voor zijn dat er bij de implementatie moeilijkheden zullen opduiken. Jammer genoeg worstelen de nieuwsorganisaties vandaag met hun businessmodel en budgetverminderingen, waardoor ze niet snel genoeg investeren in AI. Ondertussen doen giganten zoals Google, Facebook, Microsoft en Apple dat wel, en nemen ze massaal AI-startups over. Daarom moeten nieuwsorganisaties hoogdringend hun eigen AI-strategie ontwikkelen. Doen ze dat niet, dan dreigen ze te worden weggeblazen door deze technologie-reuzen, die dan helemaal de controle verwerven over de nieuwsstroom.

Tom Van de Weghe (VRT NWS) werkt momenteel als John S. Knight Journalism Fellow aan de Stanford Universiteit. Naast zijn onderzoek naar de impact van AI op nieuwsbedrijven onderzoekt hij ook hoe zogenaamde 'deepfake' video kan worden opgespoord met AI.

CONTACT:

tom.vandeweghe@stanford.edu of
Twitter @tomvandeweghe

COLUMN FRANK VAN LAEKEN

Journalisten moeten hun vak weer opeisen



© Ivan Put

Er liepen nog nooit zo veel mensen rond die zich journalist noemen als vandaag; nog nooit gedroegen er zich zo weinig als echte journalisten. Het is een boutade, en bovendien kort door de bocht, maar er is wel degelijk iets loos in ons vak. De kwaliteit slabakt, basisprincipes worden verloochend, de vierde macht heeft die macht uit handen gegeven. Hoofdredacteuren, eindredacteuren en journalisten zouden wat strenger moeten zijn voor zichzelf en tegelijk meer respect voor hun beroep eisen.

Of je nu voor of tegen nieuwssites, burgerjournalistiek of nieuwsverspreiding via sociale media bent: ze zijn er, en ze zijn niet van plan snel te verdwijnen. Dus heeft het ook geen zin om te doen alsof ze er niet zijn, te hopen dat de bui zal overwaaien of — veel erger nog — te mijmeren over hoe het vroeger was. Vroeger was het heus niet beter. Vijftig jaar geleden werden editorials neergepend door partijvoorzitters of hun vazallen. Op de openbare omroep had je een partijkaart nodig om op de nieuwsdienst te mogen starten. De verzuiling woog door op het functioneren van de media. Ja, journalisten hielden het basisprincipe — check, doublecheck, triplecheck — beter in het oog dan nu, ze hadden ook meer tijd om hun stukken in te leveren en een primeur op de voorpagina van een krant was nog denkbaar: vandaag wordt die snel op het internet gepleurd.

DE EERSTE ZIJN, IS BELANGRIJKER GEWORDEN DAN CORRECTE EN VOLLEDIGE INFORMATIE BRENGEN

Traditionele en nieuwe media staan onder druk. Bij het minste wordt er 'fake news' geroepen. Sommige sites specialiseren zich zelfs in het verspreiden van halve waarheden of hele leugens, en dat straalt ook af op de koosjere medewerkers in de sector. Als een journalist van het gereputeerde *Der Spiegel*

betrapt wordt op het uit zijn duim zuigen van artikels, dan lijdt niet alleen *Der Spiegel* daaronder, maar de hele kwaliteitspers. Ergens roept er wel iemand: *zie je wel!* En: *het zal elders niet beter zijn!*

Als een onderbetaalde copy/paste-redacteur onder druk van een in zijn nek hijgende eindredacteur een artikel bijeenjat en het halsoverkop de wijde wereld instuurt om toch maar de eerste te zijn met een niet gecontroleerd bericht, dan komt dat de reputatie van de hele journalistieke wereld allesbehalve ten goede. Waarna collega's van de copy/paste-jongen (m/v) vervolgens diens informatie recyclen voor een 'eigen' slordige bijdrage. Ad infinitum.

Dat is de hapsnapwereld waarin we beland zijn: de eerste zijn is belangrijker geworden dan correcte en de meest volledige informatie brengen, en als je niet de eerste bent, moet je de mediagebruiker wijsmaken dat dat wél zo is. Stilstaan bij wat we doen en hoe we dat doen zit er nauwelijks nog in. Nadenken evenmin. Dat gaat ten koste van de geloofwaardigheid van het beroep.

Een voorbeeld uit het dagelijkse persleven. Student richt een Vlaams-nationalistisch, extreemrechts actiegroepje op. Dat geniet alleen in beperkte kring enige bekendheid. De jongen spreekt zich via de sociale media uit over de geslachtsverandering van een journaliste bij de commerciële omroep; dat we dit allemaal niet zomaar normaal moeten vinden. Wordt plots opgevoerd in een duidingsmagazine als iemand met een uitgesproken mening over de transgenderproblematiek. Wakkere journalist op een andere redactie denkt: hé, wie is dat en wie is dat clubje dat hij vertegenwoordigt? Hij gaat op onderzoek. Andere journalist gaat de jongeman interviewen. Geeft hem verschillende pagina's in een prestigieus weekendmagazine. Een forum, zeg maar. Een half jaar later heeft de wakkere journalist zijn reportage klaar. Spraakmakend, onthullend, verbijsterend. Journalistiek op topniveau. Relevant. Maar de student weet zijn aanhang

nog uit te breiden. En krijgt nog meer persaandacht. En wordt dan aangekondigd als lijsttrekker van een extreemrechtse partij. Krijgt vervolgens weer uitgebreide persaandacht en gebruikt die om in te hakken op de media die hem die aandacht geven.

Als we over Dries Van Langenhove praten — want over hem gaat het in de vorige paragraaf — moeten we vaststellen dat sommige media zich gedroegen als Dokters Frankenstein en een eigen monstertje hebben gecreëerd. Goed dat het fascistoïde clubje ontmaskerd is — niet dat het helpt, de populariteit stijgt alleen maar, maar dat kan je de wakkere journalist niet euvel duiden: hij heeft zijn job gedaan (hij wel!). Maar waarom moest dat jonge heerschap worden opgevoerd omdat hij een mening had over transgenders? Wat is zijn expertise? Wat is zijn maatschappelijke visie hierop? Hij heeft er geen, hij uit gewoon een populistische mening, zoals honderden, misschien wel duizenden

DE PERS FOCUST TE VEEL OP HET NEGATIEVE, OP CONTROVERSE EN OP MAKKELIJK POPULISME

Vlamingen hebben gedaan nadat die journalist aankondigde dat hij een zij zou worden. Zijn wij, de pers, de media, nu enkel nog dragers van de meest onzinnige boodschappen? Zijn we masochisten geworden? Zijn we onze eigen overbodigheid aan het ensceneren?

KLIMAAT VS. MARRAKESH

Neem nu de twee betogingen in december: de Klimaatmars (65.000 deelnemers) en de Mars tegen Marrakesh (5.500). Ik heb zelf even de moeite gedaan om de media-aandacht van die twee manifestaties te vergelijken. Over de Klimaatmars werden op zondag 2 december 25 stukken gepubliceerd en op maandag 3 december 18, samen goed voor 15.838

Kortingen tot 850 euro / Gratis levering / Herstelling aan huis gelijk waar in België

GROEPSAANKOOP

GENIUS

ELEKTRISCHE FIETSEN



Bestel nu
via my.bizbike.be



GENIUS* KWALITEITSFIETSEN MET ELEKTRISCHE ONDERSTEUNING / ONTDEK HET VOLLEDIGE GAMMA OP GENIUSBIKES.BE

AVBB Algemene Vereniging
van beroepsjournalisten
in België
VERENIGING BEROEPEN

Association générale
des Journalistes
Professionnels de Belgique
UNION PROFESSIONNELLE JOURNALISTES

AGJPB



Vlaamse Vereniging
van Journalisten



bizbike

woorden. Niet overal stond de Klimaatmars prominent op de voorpagina. Over de Mars tegen Marrakesh werden op zondag 16 december 44 stukken gepubliceerd en op maandag 17 december 20, samen goed voor 26.919 woorden. Overal stond de mars prominent op de voorpagina.

Een paar conclusies hieruit.

1. De pers focust te veel op het negatieve. Mars 'tegen'. Gewelddadigheid. Hooligans.
2. De pers focust te veel op controversie. Die saaie pieten en mieten van #ClaimTheClimate, met hun eeuwige bakfietsen en hun aandacht voor de toekomst! Neen, dan liever die frisse jongens van Schild & Vrienden, die altijd weer iets zeggen dat lekkere koppen en luidruchtige toegediscussies oplevert.
3. De pers focust te veel op makkelijk populisme en pompt dat vervolgens nog eens op. Die Mars tegen Marrakesh had perfect op pagina 7 gekund, 30 lijnen met daarnaast een foto van het geweld achteraf. Meer zijn 5.500 mensen niet waard. Dat is ongeveer 0,05 procent van de Belgische bevolking, terwijl de organisatoren beweren dat ze het hele volk vertegenwoordigen. Quod non.

MEDIA MOETEN GEEN MEGAFOONS AANREIKEN AAN DE LUIDSTE ROEPERS EN DE STRAFSTE TAFELSPRINGERS, MAAR AAN DE INTERESSANTSTE STEMMEN IN DE SAMENLEVING

4. De pers is dringend toe aan gewetensonderzoek. Ik wil hier niet pleiten voor constructieve journalistiek, vanwege de oubolligheid van die term, die bovendien lijkt te veronderstellen dat je alléén nog maar het positieve moet zien. Nogal naïef. Maar we stevenen af op destructieve journalistiek, berichtgeving die uitsluitend de waan van de dag volgt, herrie veroorzaakt of versterkt, bruggen helpt op te blazen, populistische populairder maakt, de samenleving in al zijn gewrichten doet kraken. Dat kan ook niet de bedoeling zijn. Waar is onze kritische zin naartoe?

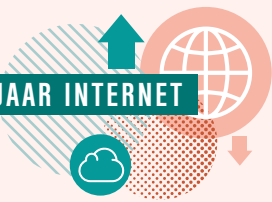
Journalisten moeten weer meer onderzoeken en blootleggen, media moeten geen megafoons aanreiken aan de luidste roepers en de strafste tafelspringers, maar aan de interessantste

stemmen in de samenleving, hoe zoetgevooid en bedeesd die soms ook klinken.

Noem me ouderwets, maar ik vind dat journalisten, eindredacteurs, hoofdredacteurs en uitgevers wat meer ballen moeten tonen. Wij zijn de professionals, wij moeten beoordelen of iets of iemand nieuwswaardig is, iets toevoegt aan een maatschappelijk debat, relevant is. Wij moeten naar eer en geweten, zo onpartijdig en onafhankelijk mogelijk, met de nodige afstand knopen doorhakken: waar besteden we onze nog altijd beperkte ruimte aan? Dat is onze verdomde job, daarvoor worden we betaald. Aan een loodgieter wordt toch ook niet gevraagd om de klussende buurman inspraak te geven als hij een lek komt dichten. De bakker laat toch niet toe dat de handige buur mee taartjes komt bakken, omdat die dat zo goed doet als er een familiefeestje is. Staat de notaris toe dat lieden die weleens een juridische tekst in de verte hebben bekeken, zelf een akte komen opstellen?

Blijkbaar zijn politici en journalisten tegenwoordig de enigen die hun taak uit handen hebben gegeven: ze laten zich voeden door populisme. De schreeuwende vox populi zijn meer de norm geworden dan de bedaarde stem van experts. Omdat we zo graag hebben dat het botst, dat er controverse van komt, dat we de dagen nadien nog iets hebben om over te schrijven en te praten. Het is zó makkelijk, in de meningenfabriek wordt elk uur van de dag wel iets geroepen. Uitzonderlijk is dat geniaal en bruikbaar voor de samenleving, soms nuttig, meestal overbodig en irrelevant.

Politici en journalisten moeten weer ergens voor staan: een visie, een voldragen mening, beroepsethiek, een zekere vorm van verhevenheid in het domein waarin ze gespecialiseerd zijn. Wij zijn volksvertegenwoordigers: de ene legitiem, want verkozen, de andere eveneens legitiem, want professioneel geschoold of door ervaring stielman geworden, en daardoor in staat geacht om het belangrijke te onderscheiden van het belangwekkende (en het futiele). Zijn we perfect? Verre van. Lopen er charlatans rond in de stiel? Wees gerust, knoeiers lopen overal rond, ook onder de loodgieters, bakkers en notarissen. Daarom moet je de stiel nog niet laten bederven of jezelf niet meer ernstig nemen. We moeten, kortom, ons vak weer opeisen, en dat geldt zowel voor de 'ouderwetse' krant als voor de hipste nieuwe site.



Vlaamse websites

Het Vlaams Journalistiek Fonds (VJF) subsidieerde onlangs twee projecten in de strijd tegen fake news.

Factcheck Vlaanderen specialiseert zich in het opsporen van desinformatie en polarisering, FactRank analyseert teksten op feitelijke uitspraken die voor controle in aanmerking komen.

SANDRA NOBEN



WAT? AI wordt ingezet tegen online desinformatie en polarisering.

WIE? AI-bedrijf Textgain, de Erasmushogeschool Brussel, de KU Leuven, de VRT, Belga en Tree company.

WEBSITE: <http://factcheck.vlaanderen>

Factcheck Vlaanderen signaleert polariserende posts op sociale media

Guy De Pauw: ‘Wij ontwikkelen technieken om automatisch teksten te analyseren, en specialiseren ons in de detectie van desinformatie en polarisering. Vooral op sociale media gaan we op zoek naar nieuwsonderwerpen die veel discussie uitlokken, wat een indicatie kan zijn dat die informatie moet worden gecontroleerd. Dat kan gaan om nieuwsberichten die vaak worden gedeeld op twitter, maar ook gewoon om forum threads of webpagina’s die veel worden gelezen of op de ene of andere manier opvallend of polariserend zijn. Naast de informatie zelf, bekijken we ook de reacties van mensen op de informatie. Voorts doen we aan automatische stijlanalyse van nieuwsberichten, want ook stilistische kenmerken kunnen een indicator zijn van desinformatie. De titels van clickbait-artikelen zijn bijvoorbeeld zeer prototypisch samengesteld en stilistisch zeer herkenbaar. Onze zelflerende machines proberen die stijlkenmerken automatisch af te leiden op basis van voorbeeldmateriaal.’

STUDENTEN KRIJGEN LIJST

De Pauw: ‘Na deze eerste schiftingsronde wordt dagelijks een shortlist samengesteld, die dan door studenten journalistiek van de Erasmushogeschool en de KU Leuven wordt gecontroleerd. Zij werden opgeleid om de kneepjes van het factchecken onder de knie te krijgen. Of iets checkwaardig is, wordt dan door de machine aangeleerd op basis van de feedback van de studenten. Het systeem leert dus dagelijks bij en de voorspellingen zullen daardoor ook

steeds beter worden. De workflow is bijna volledig geautomatiseerd en kan oneindig lang blijven lopen. Het is wel zo dat we nog altijd nood hebben aan menselijke krachten om alles te checken, want inhoudelijk factchecken is geen taak die je aan machines kunt toevertrouwen.’

BURGERPARTICIPATIE

De Pauw: ‘Het hoofddoel blijft het bestrijden van desinformatie, en zeker van de variant die tot negatieve gevolgen kan leiden. In ons land valt dat nog mee, maar er zijn andere landen waar desinformatie als politiek wapen wordt ingezet om verkiezingen te manipuleren. Factcheck Vlaanderen richt zich

OOK DE WAKKERE BURGER KAN DE WEBSITE GEBRUIKEN

overigens niet louter tot journalisten, maar tot de wakkere burger in het algemeen, die degelijk geïnformeerd wil zijn. Burgerparticipatie is voor ons zeer belangrijk. Via onze website kunnen mensen berichten indienen die hen op de een of andere manier zijn opgevallen. Ook van die inzendingen kunnen onze machines verder bijleren.’

STAND VAN ZAKEN

De Pauw: ‘Na de verkiezingen zullen we een stand van zaken opmaken en nagaan hoeveel tijdswinst we hebben geboekt door gebruik te maken van artificiële intelligentie. Een van de doelstellingen van ons project is ook om na te gaan hoe we deze werkwijze financieel kunnen handhaven. We zullen dan al beter weten hoeveel tijd een gemiddelde factcheck in beslag neemt, hoeveel personeel daarvoor nodig is en wat het zou kosten om het systeem draaiende te houden.’

jagen op fake news

FactRank zoekt feitelijke claims die kunnen worden gecheckt

Jan Jagers: 'De huidige versie van FactRank is nog maar een bètaversie. We testen de tool momenteel uit aan de hand van debatten in de plenaire vergadering van de Kamer van Volksvertegenwoordigers. De softwaretool distilleert daaruit passages die het factchecken waard zijn. FactRank werkt, maar zonder al operationeel te zijn voor journalisten. Intussen kunnen nieuwsgierigen wel al eens komen kijken. De ranking van percentages, die weergeeft in welke mate een uitspraak feitelijk is en het checken waard, is soms nog inaccuraat, maar ze geeft toch al een idee. Je kunt de tool ook zelf testen. Eigen tekst invoegen – een zelfgekozen kranteninterview met een minister bijvoorbeeld – de tool laten lopen, en dan meteen zien of en zo ja welke interessante feitelijke claims het bevat.'

OPINIES ZIJN GEEN FEITEN

Jagers: 'We proberen een onderscheid te maken tussen zinnen die opinies vertolken, en uitspraken die een feitelijke bewering zijn. Daarvoor werken we met signaalwoorden. Als iemand bijvoorbeeld zegt Dat vind ik een goed idee, zal de tool daar amper belang aan hechten, want dat is een mening. Wat de tool uit teksten wil filteren, zijn feitelijke uitspraken die van publiek belang zijn én het checken waard zijn. Stel dat iemand zegt Ik leg hierbij het rapport neer van onze vergadering van gisteren, dan is dat wel iets feitelijks, maar niet het factchecken waard. Zulke statements bevinden zich onderaan de ranking. Maar wat Maggie De Block onlangs zei in *De Tijd* – 'Ons aantal verpleegkundigen per ziekenhuis zit op het niveau van Bulgarije en Griekenland' – komt wél bovenaan te staan. Uitspraken waar cijfergegevens in voorkomen, of beweringen met 'meer dan' of 'minder dan', maken meer kans om

een hoger percentage te behalen. Ons systeem is geïnspireerd op het Amerikaanse claimbuster (<https://idir-server2.uta.edu/claimbuster/>).

DUIZENDEN ZINNEN

Jagers: 'Het project loopt nu een paar maanden. Om de tool beter te laten functioneren creëren we een dataset van enkele duizenden zinnen die volgens ons zo goed mogelijk specificeren naar waar we wel en niet op zoek zijn. Tot nu hebben we vooral gewerkt aan een codeboek, waarin we zo nauwkeurig mogelijk opnemen wat we zoeken en waarom. In de komende weken en maanden zullen een aantal codeurs aan het werk worden gezet om informatie, op basis van het codeboek, te coderen zodat we uiteindelijk een grote dataset van zo'n 8.000 zinnen

JOURNALISTEN HOUDEN MEER TIJD OVER VOOR HET ÉCHTE WERK

hebben. In de volgende fase van het project wordt die dataset aan de software toegevoegd en wordt de software herschreven door onze deep learning expert Rafael Hautekiet. Hoe meer vooraf gecodeerde zinnen we toevoegen, hoe beter ons systeem zal functioneren. Dat is de eerste mijlpaal waar we nu naartoe werken.'

OPEN SOURCE HOUDEN

Jagers: 'Het is de bedoeling dat dit systeem open source blijft. Met deze tool willen de journalistiek en bij uitbreiding de democratie beter maken. Het idee erachter is tijdsbesparing. Als we het monitoren van bronnen en het zoeken van relevante claims kunnen uitbesteden aan een machine, houden wij als journalisten zelf meer tijd over voor het échte



WAT? FactRank schakelt artificiële intelligentie in om uit teksten feitelijke beweringen te filteren die het factchecken waard zijn.

WIE? Het project staat onder leiding van Jan Jagers (*Knack*/VU Brussel) en wordt gesteund door de KU Leuven, de Universiteit Antwerpen, de Universiteit van Leiden en de Nederlandse website *Nieuwscheckers*.

WEBSITE: <http://factrank.org>

werk. Namelijk onderzoeken of de claim klopt of niet, en die informatie verspreiden naar ons publiek. Uiteindelijk zouden we uitspraken ook kunnen koppelen aan bestaande factchecks. Als er een grote open databank zou bestaan van factchecks die door Nederlandstalige media zijn gepubliceerd, én je zou die databank koppelen aan FactRank, dan zou je meteen kunnen zien of actuele uitspraken vroeger al werden gecheckt en die factcheck opnieuw onder de aandacht brengen.'

UITSPRAKEN IN TERZAKE

Jagers: 'Een ander idee, kleiner en op de kortere termijn, is om de bronnen waarmee FactRank wordt gevoed uit te breiden. Nu gebruiken we enkel de plenaire vergaderingen van de Kamer. Daar zouden we bijvoorbeeld ook de ondertitelingen van actualiteitsprogramma's en politieke debatten op televisie kunnen aan koppelen. Bij een koppeling aan FactRank zouden we dan meteen kunnen zien of er in een politiek interview in *TerZake* bijvoorbeeld claims zijn gemaakt die het factchecken waard zijn, ook al heb je dat interview zelf niet bekeken. Dat zijn ideeën voor overmorgen. Eerst wandelen, dan lopen. We staan trouwens in contact met de medewerkers van andere projecten. En de samenwerking verloopt uitstekend.'

FOTOROL

Een beroepsfotograaf kiest
een bijzondere foto van een collega,
en geeft de rol door.





De keuze van
LIEVEN VAN ASSCHE

Selfies

Dit soort taferelen kom je dagelijks tegen over de hele wereld: mensen nemen selfies zonder hun omgeving waar te nemen, ze hebben enkel oog voor wat hun camera registreert.

TINE SCHOEMAKER fotografeert hen op haar beurt. Overal waar ze komt, neemt ze foto's van mensen die een selfie aan het maken zijn. Het resultaat is een nog elke dag aangroeiende reeks selfies, op verschillende plaatsen in de wereld.

DOSSIER 2019/03

**GETUIGENIS OVER
PLEEGGEZIN SCHENDT
PRIVACY**—
KLAGER: B**TEGEN: FLAIR****UITSpraak: DE KLACHT IS GEGROND****FEITEN**

Het artikel brengt het getuigenis van een vrouw die als baby een gezinsdrama overleefde. Haar vader schoot haar moeder dood en pleegde daarna zelfmoord. Zijzelf raakte verlamd en kwam in een pleeggezin terecht. Ze vertelt haar levensverhaal, ook over haar verblijf in het pleeggezin. Ze noemt dat geen al te rooskleurige tijd en zegt dat haar moeder haar ongelijk behandelde tegenover haar pleegzussen en soms ook fysiek uit de hoek kwam. Ze zegt dat ze geen liefde of steun kreeg van haar pleegmoeder en het contact recent verbrak omdat haar pleegmoeder geen meerwaarde geeft aan haar leven.

KLAGERS

Klaagster is de pleegzus van N. Ze spreekt namens het hele pleeggezin. Ze zegt dat de journaliste het getuigenis van N niet gecheckt heeft en haar verhaal zonder enige kritische benadering overneemt. Ze heeft niemand gecontacteerd om het te controleren: noch klaagster en haar familie, noch derde partijen. Klaagster zegt dat ze driekwart van het artikel met feiten kan weerleggen. Zoals in alle pleeggezinnen klikte het niet voor honderd procent tussen pleegdochter en pleegmoeder, maar haar moeder heeft alles gedaan voor N, terwijl het artikel haar neerzet als een misdadiger. De passage over fysiek geweld is niet waar en ook van andere dingen had de journaliste kunnen weten dat ze niet kloppen, als ze kritisch had nagedacht. *Flair* geeft N een forum voor verzonnen, ongegronde en ernstige beschuldigingen, maar heeft klaagster en haar familie op geen enkel moment om wederhoor gevraagd.

Samen met haar voornaam en haar leeftijd staan bij het verhaal vier foto's van N. N heeft 28 jaar deel uitgemaakt van het pleeggezin, wat maakt dat de foto's, de voornaam en de leeftijd een duidelijke link leggen naar het gezin. De leden van het gezin zijn daarover verschillende keren gecontacteerd.

VERWEER

Flair noemt het artikel een bijzondere vorm van journalistiek. Het gaat om het persoonlijke getuigenis van N die de waarheid vertelt zoals zij die heeft beleefd. De journaliste geeft het getuigenis zo goed als woordelijk weer. Ze poneert het niet als een waarheid, maar als het waarheidsgetrouwe verhaal van N. Daarbij komt terloops de situatie in het pleeggezin aan bod, omdat het verblijf in het gezin een gevolg is van het gezinsdrama.

Vanwege het specifieke journalistieke genre heeft wederhoor vóór publicatie geen zin. Dan wordt het een zaak van woord tegen woord, wat afbreuk zou doen aan de persoonlijke en unieke belevenis van N. Voor de passage over het fysieke geweld en de rolstoel was wederhoor misschien aangewezen, maar voor de rest niet, omdat dat het emotionele getuigenis van N is.

Flair heeft de nodige voorzichtigheid aan de dag gelegd om eventuele betrokkenen bij het verhaal te anonimiseren. Het artikel vermeldt geen familienaam of woonplaats van N. Om het getuigenis geloofwaardig te maken en een gezicht te geven, zijn haar voor-

naam en foto gepubliceerd. Dat creëert betrokkenheid, maar het betekent geen schending van de privacy van het pleeggezin.

BESLISSING

De Raad voor de Journalistiek kan niet uitmaken of de informatie in het artikel klopt, maar kan wel nagaan of de journaliste voldoende geprobeerd heeft om de waarachtigheid van de informatie te checken. Waarheidsgetrouw berichten geldt ook voor persoonlijke getuigenissen, zeker wanneer de getuige praat over een conflictueuze situatie en mogelijk belang heeft bij een bepaalde voorstelling van zaken. De journaliste heeft zich evenwel eenzijdig gebaseerd op het getuigenis van N en brengt dat zonder reserve of terughoudendheid. Ze heeft het niet gecheckt bij het pleeggezin of andere mogelijke bronnen. De Raad is van oordeel dat die aanpak niet strookt met artikel 1 en 2 van de code over waarheidsgetrouw berichten en checken van informatie.

De passages over het pleeggezin maken een ruim deel uit van het artikel en bevatten ernstige beschuldigingen ten aanzien van de pleegmoeder. Gezien de aard van die beschuldigingen, onder meer over fysiek geweld, die de eer en de goede naam betreffen, is de Raad van oordeel dat de journaliste de pleegmoeder vóór publicatie om een reactie had moeten vragen. De journaliste heeft dat niet gedaan en heeft het ook niet geprobeerd, wat niet strookt met het principe van fair play.

Flair publiceert de voornaam, de leeftijd en vier foto's van getuige N, waarvan een op de cover. N heeft 28 jaar deel uitgemaakt van het pleeggezin. Dat is geen kortstondige of toevallige passage, waardoor de gepubliceerde gegevens over N ook de leden van het pleeggezin identificeerbaar maken. Gezien de voorgaande elementen van deze beslissing betekent dat een schending van het privéleven van klagers zoals omschreven in artikel 23 van de code. Daarom is de klacht gegrond.

DOSSIER 2019/04

**SLACHTOFFER TOCH NIET
MINDERJARIG**—
KLAGER: DL**TEGEN: HBVL.BE****UITSpraak: DE KLACHT IS DEELS GEGROND****FEITEN**

Het artikel gaat over de veroordeling van de uitbater van een brasserie wegens seksueel misbruik. De man van 56 kreeg een celstraf van twaalf maanden. De journalist omschrijft het slachtoffer afwisselend als 33 jaar jongere jobstudent, stagiair, jongen onder leercontract en minderjarige die een stageplaats zocht. Volgens het artikel ging de uitbater, na vragen voor orale seks en naaktfoto's, over tot expliciete seksuele handelingen en lichtte de moeder van het slachtoffer de school in over het wangedrag van de man.

KLACHT

Klager zegt dat het artikel hem te fel identificeert en een fout bevat, waar het schrijft dat het slachtoffer minderjarig was.

De journalist vermeldt de leeftijd van klager en de gemeente waar hij een brasserie uitbaat, waardoor klager en zijn brasserie makkelijk identificeerbaar zijn. Nochtans is het voor het maatschappelijk belang van de berichtgeving niet nodig om deze gegevens te vermelden. Minder concrete informatie had kunnen volstaan. Het

artikel is rondgegaan in de gemeente, met negatieve publiciteit en inkomstenverlies tot gevolg. Het is niet uitgesloten dat klager zijn brasserie zal moeten sluiten. Het artikel schendt klager zijn rechten, privéleven en menselijke waardigheid.

Het artikel bevat een grove fout door te schrijven dat het slachtoffer minderjarig was, terwijl hij op het ogenblik van de feiten meerderjarig was. Dat maakt een groot verschil omdat het woord minderjarige doet denken aan een kind.

VERWEER

HBVL.be zegt dat de jeugdige leeftijd van het slachtoffer zeer relevant was voor de rechtbank. Het slachtoffer is een jongen die een horecaopleiding volgde in een middelbare school en ervaring moest opdoen op leercontract. De rechter schrijft in haar vonnis: 'Het uiten van expliciet seksuele uitspraken en bijhorende daden door een werkgever ten aanzien van een zeer jonge werknemer die in het kader van een leercontract bij hem is tewerkgesteld, maakt een aantasting van de seksuele integriteit uit. Het is maatschappelijk niet aanvaard dat een man die drieëndertig jaar ouder is dan een persoon die het voorwerp is van zijn lust én in een gezagsrelatie staat tegenover zijn slachtoffer, zijn seksuele behoefte aan deze kenbaar maakt door daden en woorden, die aan de verbeelding niets overlaten.'

Het gaat om seksuele agressie vanuit een gezagsverhouding en de rechter vermeldt expliciet het leeftijdsverschil van 33 jaar tussen dader en slachtoffer. Het slachtoffer was op het moment van de feiten 19. Technisch gezien was hij misschien niet meer minderjarig, maar hij zat nog in het middelbaar onderwijs en wist niet hoe hij het misbruik kon stopzetten. Hij moest daarvoor zijn moeder raadplegen. De rechtbank kwalificeert het misdrijf overigens als 'aanranding van de eerbaarheid met geweld, dwang, bedreiging, verrassing of list, of die mogelijk werd gemaakt door een onvolwaardigheid of een lichamelijk of geestelijk gebrek van het slachtoffer'.

Het maatschappelijk belang van de berichtgeving staat buiten kijf en het is belangrijk dat media aandacht besteden aan het feit dat rechtbanken zulke verwerpelijke feiten niet tolereren en zwaar bestraffen. De berichtgeving is niet excessief en schaadt het privéleven en de menselijke waardigheid van klager niet. Het is overigens onbegrijpelijk dat een dader van seksuele agressie, wat de meest verregaande inbreuk op het privéleven is, zich beklagt over een aantasting van zijn privéleven als de pers verslag uitbrengt over zijn veroordeling. Hetzelfde geldt voor schending van de menselijke waardigheid.

Als klager met zijn brasserie klanten verliest, zoals hij beweert, komt dat niet door de mediaberichtgeving, maar omdat de klanten de gepleegde feiten afkeuren.

BESLISSING

Het artikel vermeldt de leeftijd van klager, het feit dat hij een brasserie uitbaat en de gemeente van de brasserie. Dat klager een brasserie uitbaat is relevant in de context van de berichtgeving, omdat hij in die hoedanigheid een jongeman op leercontract heeft. Het artikel vermeldt geen naam of initialen. De raad is daarom van oordeel dat het artikel klager niet te fel identificeert en strookt met de richtlijn bij art. 23 over identificatie van veroordeelden.

De vermelding dat het slachtoffer minderjarig is, is fout en kan in de context van seksueel misbruik extra bezwarend zijn te aanzien van klager, die wel veroordeeld is voor seksueel misbruik, maar niet voor seksueel misbruik van een minderjarige. Daarom is de Raad van oordeel dat het artikel op dit punt niet strookt met arti-

kel 1 van de code over waarheidsgetrouw berichten.

Daarom is de klacht gegrond wat de fout over de minderjarigheid van het slachtoffer betreft.

DOSSIER 2019/05

BETROKKENHEID BIJ AUTOBRAND

KLAGER: X

TEGEN: *HET LAATSTE NIEUWS* EN *HLN.BE*
UITSPRAAK: DE KLACHT IS DEELS GEGROND

FEITEN

Het artikel gaat over de betrokkenheid van vijf mannen bij de brand van de Vlooybergstoren in Tielt-Winge. Het beschrijft hoe ze de toren in brand staken en hoe de politie hen snel kon verhoren. Daarbij minimaliseerden de oudste twee – onder wie X – hun aandeel. Verwijzend naar een goede bron schrijft het artikel ook dat X eerder 'voor de lol' zijn eigen auto in brand stak terwijl er iemand in zat. Bij het artikel staan foto's van vier betrokkenen, waarbij de gezichten bewerkt zijn met balkjes of blokjes.

KLACHT

Klaagster is de broer van X. Ze zegt dat het artikel haar broer identificeerbaar maakt, fouten bevat en het vermoeden van onschuld schendt. Het artikel vermeldt de voornaam, de eerste letter van de familienaam, de leeftijd en de woonplaats van X en publiceert zijn foto. De foto is geblurd, maar de persoon blijft zeer herkenbaar. Bovendien heeft X een zeldzame voornaam, wat de herkenbaarheid nog verhoogt.

De vier andere verdachten en klager zelf hebben aan de politie verklaard dat klager niet aanwezig was bij de feiten. Hij heeft achteraf wel een gewonde betrokkene naar het ziekenhuis gebracht. Maar wie het artikel leest, gaat ervan uit dat klager schuldig is aan brandstichting. Het artikel is gebaseerd op toogpraat en ingegeven door sensatie.

Het artikel beticht X van nog een tweede brand, waar het schrijft dat hij recent zijn eigen auto in brand stak terwijl er iemand in zat. De politie weet volgens klaagster dat dat niet klopt. Maar die tweede betichting maakt de eerste wel veel aannemelijker voor de lezer.

VERWEER

Het Laatste Nieuws en *HLN.be* noemen beperkte identificatie van klager geoorloofd. Het artikel is gebaseerd op betrouwbare bronnen en spreekt niet van daders maar van verdachten.

Het artikel vermeldt voornaam, eerste letter van de familienaam en leeftijd, maar geen woonplaats. De foto's zijn geblurd. De krant wijst erop dat de pers verdachten beperkt identificeren mag, rekening houdend met de ernst van de feiten en de stand van het onderzoek. De brand van de Vlooybergstoren is een ernstig maatschappelijk feit en er was een doorbraak in het onderzoek, waarbij vijf verdachten verhoord waren en twee hadden bekend.

Klaagster zegt dat haar broer een zeldzame voornaam heeft die daarom niet genoemd mocht worden, maar dat is geen argument, want dan zou men courante voornamen wel en andere niet mogen vermelden.

De journaliste heeft haar informatie over de betrokkenheid van

klager bij de feiten uit een betrouwbare bron, zeer dicht bij het onderzoek. Volgens die bron was klager betrokken en aanwezig bij de feiten en minimaliseerde hij zijn rol. Dat laatste staat duidelijk in het artikel.

Het Laatste Nieuws heeft in een apart gesprek met de rapporteringscommissie toelichting gegeven over de bronnen. De journaliste heeft aangegeven wie haar bronnen waren, waar en wanneer ze hen ontmoet heeft en wat ze verteld hebben.

Ze heeft het verhaal over de autobrand, dat ze gehoord had, voorgelegd aan de bron dicht bij het onderzoek. Die zei dat het zou kunnen dat klager zijn eigen auto in brand had gestoken. Het artikel schrijft dat toe aan een goede bron, met de toevoeging dat de zaak in onderzoek is.

Klagster verwijt de krant sensatie, maar het sensationele ligt niet aan de berichtgeving, maar aan de betrokkenen zelf, die met hun brandstichting iets sensationeels wilden doen.

BESLISSING

Identificatie in gerechtelijke context

Het gerecht voert een onderzoek naar de broer van klagster als verdachte bij de brandstichting van de Vlooybergstoren. Er is onduidelijkheid over zijn precieze betrokkenheid en hijzelf minimaliseert die, wat noopt tot voorzichtigheid. Tegelijk gaat het over opzettelijke brandstichting van een openbaar kunstwerk, wat van maatschappelijk belang is. Binnen die context is de Raad van oordeel dat beperkte identificatie van klager met vermelding van zijn voornaam, eerste letter van zijn familienaam en leeftijd geoorloofd is en geen schending betekent van de richtlijn bij artikel 23 van de code over identificatie in gerechtelijke context.

De voorzichtigheid met betrekking tot identificatie van klager blijkt evenwel niet uit de gepubliceerde foto. De foto maakt klager, zeker in combinatie met de vermelding van zijn voornaam, eerste letter van zijn familienaam en leeftijd, herkenbaar voor het publiek. De manier waarop de foto gepubliceerd is, strookt daarom niet met de richtlijn over identificatie in gerechtelijke context.

Waarheidsgetrouw berichten

De journaliste heeft zich gebaseerd op vertrouwelijke bronnen. Wat het relaas over de brand van de Vlooybergstoren betreft, maakt ze aannemelijk dat die bronnen geloofwaardig waren en op de hoogte waren van de stand van het gerechtelijk onderzoek, en dat hun verklaringen getrouw zijn weergegeven. De Raad is van oordeel dat de aanpak van de krant op dit punt strookt met de artikelen uit de code over waarheidsgetrouw berichten en checken van bronnen.

Die aanpak blijkt evenwel niet uit de passage over de autobrand. De journaliste zegt dat haar bron dicht bij het onderzoek zei dat het zou kunnen dat klager zijn eigen auto in brand stak. Die voorwaardelijkheid blijkt niet uit het artikel, dat schrijft: 'Volgens een goede bron stak X recent 'voor de lol' zijn eigen auto in brand terwijl er iemand in zat.' Het artikel vermeldt de brandstichting van de auto affirmatief, terwijl ze in de context van het artikel extra belastend kan zijn voor klager, wat de krant had moeten aanzetten om de uitspraken van haar bron nauwkeurig en voorzichtig te formuleren, temeer omdat het gaat om een vertrouwelijke bron en de verklaringen niet controleerbaar zijn voor het publiek. De passage over de autobrand strookt daarom niet met artikel 1 van de code over waarheidsgetrouw berichten.

Daarom is de klacht gegrond wat de foto en de inhoud van de passage over de uitgebrande auto betreft.

DOSSIER 2019-06

VRAAG OM INFO = INTERVIEW?

KLAGER: MATHEEUSSEN EN BAKI

TEGEN: DE STANDAARD EN VAN ZUNDERT

UITSPRAAK: DE KLACHT IS DEELS GEGROND

FEITEN

Naar aanleiding van het einde van de ramadan gaat het artikel over diabetes bij de Turkse en Marokkaanse gemeenschap. In die gemeenschappen ligt het aantal diabetici twee tot zes keer hoger, en dat noemt de stagiair-journaliste niet leuk als je mierzoete thee krijgt op het Suikerfeest. Het artikel citeert twee specialisten en laat vervolgens beide klagsters aan het woord, waarbij ze Yasmina Baki onder meer laat zeggen dat er voor diabetici noten en dadels zijn in plaats van koekjes, en Latifa Matheussen dat mensen zich aanpassen en dat haar familie thee met en zonder suiker zet.

KLACHT

Klagsters zeggen dat de journaliste hen niet gezegd heeft dat ze belde voor een interview en dat het artikel fouten bevat waarmee zij niet geassocieerd willen worden. Ze kregen een telefoontje van de journaliste, die zich voorstelde als journaliste van *De Standaard* en vroeg of ze bakkers kenden die suikervrije zaken verkopen ter gelegenheid van het Suikerfeest. Ze stelde informeel enkele bijkomende vragen, maar gaf op geen enkel moment aan dat het ging om een interview en dat ze klagsters zou citeren.

Baki vindt het ongehoord dat de journaliste haar na dat korte gesprek met naam en toenaam en bovendien foutief citeert in de krant. Het foute citaat over dadels als suikervrij alternatief voor koekjes schaadt haar professionele reputatie als diëtiste en diabeteseducator.

Bovendien legt het artikel een link tussen het Suikerfeest en diabetes. Dat is fout, maar het artikel associeert Baki wel met die foutieve informatie. Men krijgt geen diabetes van suiker, maar van overgewicht en te weinig beweging. Het artikel is polariserend omdat het vertrekt van het vooroordeel dat men op het Suikerfeest de hele dag suiker eet, wat niet zo is.

Matheussen vindt dat het een gangbare praktijk en een deontologische plicht is om een artikel voor publicatie te laten nalezen. Na publicatie hebben klagsters gevraagd om hun namen en citaten online te verwijderen, wat gedeeltelijk gebeurd is en waarbij de journaliste zich volgens Matheussen verontschuldigde en toegaf dat ze enkel gebeld had voor hulp en niet voor een interview.

VERWEER

De Standaard zegt dat de stagiair-journaliste zich heeft voorgesteld als journaliste van *De Standaard* en duidelijk heeft laten blijken dat ze een artikel voorbereidde. Als een journalist iemand op die manier belt, is het duidelijk dat het gaat over een interview en moet de journalist er niet vanuit gaan dat de betrokkene *off the record* wil blijven en niet geciteerd wil worden. Als de geïnterviewde antwoordt, is het gangbaar dat een journalist zijn of haar naam vermeldt. Hij hoeft daar geen expliciete toestemming voor te vragen. De journaliste betwist ook dat ze klagsters niet correct geciteerd heeft. Ze heeft hun woorden neergeschreven zoals zij ze begrepen heeft.

De krant schrijft niet dat consumptie van suiker leidt tot diabetes, maar wel dat de Marokkaanse en Turkse gemeenschap een

relatief hoog aantal diabetici tellen. Dat zijn objectieve en wetenschappelijke vaststellingen. Daarom is het niet goed om te veel suiker te gebruiken en is er een gat in de markt voor suikervrije alternatieven bij het Suikerfeest, zoals het artikel schrijft. Dat is een legitieme en positieve stelling en niet polariserend. Latifa Matheeseen klaagt dat ze het artikel niet vooraf heeft mogen nalezen, maar daar waren geen afspraken over gemaakt.

BESLISSING

Inhoudelijk betwisten klagsters niet dat het aantal mensen met diabetes hoger ligt in de Marokkaanse en Turkse gemeenschap. Ze nemen wel aanstoot aan de associatie tussen het Suikerfeest en diabetes. Die invalshoek is de redactionele keuze van de journaliste en betekent niet dat er sprake is van foutieve berichtgeving. De Raad ziet op dit punt dan ook geen inbreuken op de beroepsethiek.

Het artikel bevat een aantal onzorgvuldigheden en Yasmina Baki maakt aannemelijk dat ze niet gesproken heeft over dadels en dat ze niet correct geciteerd is. De Raad is daarom van oordeel dat het artikel op deze punten niet strookt met artikel 1 van de code over waarheidsgetrouw berichten.

De Raad is ook van oordeel dat de journaliste het doel van haar

optreden niet duidelijk heeft gemaakt. Ze heeft zich kenbaar gemaakt als journaliste, maar heeft niet gezegd dat ze klagsters belde voor een interview. Ze heeft herhaaldelijk gezegd dat ze op zoek was naar contactgegevens van bakkers die suikervrije producten verkopen en zo laten blijken dat dat het doel was van haar telefoontje, waardoor ze klagsters niet de kans gegeven heeft om te beslissen of ze een interview wilden geven. Er was volgens de Raad in deze omstandigheden ook geen sprake van impliciete toestemming. Als de journaliste na afloop van het gesprek de antwoorden van klagsters op haar bijkomende vragen relevant vond voor publicatie, had ze hen dat uitdrukkelijk moeten melden, precies vanwege de indruk die ze gewekt had dat ze hen enkel belde voor praktische informatie en niet voor hun standpunt. De Raad is daarom van oordeel dat de aanpak van de journaliste in dit geval niet strookt met artikel 17 van de code, dat bepaalt dat de journalist het doel van zijn optreden bekendmaakt.

Wat ten slotte voorinzage betreft, maakt Latifa Matheeseen niet aannemelijk dat er afspraken waren met de journaliste om het artikel voor publicatie te laten nalezen.

Daarom is de klacht gegrond wat waarheidsgetrouwheid van een aantal elementen betreft en omdat de journaliste het doel van haar optreden niet duidelijk gemaakt heeft tegenover klagsters..

Forse schadeclaims tegen *Apache* en SKEPP

Nieuwssite *Apache* heeft een nieuwe schadeclaim in de bus gekregen voor zijn onthullingen over Land Invest Gate in Antwerpen. Ook twee medewerkers van SKEPP, de organisatie die pseudowetenschap wil doorprikken, kregen een vordering in de bus.

Van *Apache* en zijn journalist **Tom Cochez** wordt deze keer 500.000 euro gevorderd door het Luikse pensioenfonds Ogeo Fund. Dat was tot vorig jaar aandeelhouder van Land Invest Group. Ogeo Fund neemt het niet dat *Apache*, parallel met het Franstalige magazine *Le Vif*, heeft geschreven dat Ogeo Fund in het kader van Land Invest Group 'miljoenen euro's over de balk heeft gegooid'. Een stelling die de betrokken journalisten nochtans goed hard kunnen maken.

Vorig jaar kreeg *Apache* nog gelijk na twee eerdere klachten over zijn berichtgeving over Land Invest Gate. Die vorderingen, voor een totaal bedrag van 350.000 euro, gingen uit van Land Invest Group zelf en de voormalige kabinetschef van Antwerps burgemeester Bart De Wever.

Apache spreekt van 'intimidatie',

gericht op het doen zwijgen van de betrokken journalisten. De VVJ sluit zich hierbij aan, en herhaalt daarom haar oproep aan de federale overheid om werk te maken van gepaste wettelijke maatregelen hiertegen.

Ook twee medewerkers van SKEPP, dat de strijd aanbindt tegen pseudowetenschap, zijn gedagvaard. **Patrick Vermeren** en **Bart Van de Ven**, tevens VVJ-heden, schreven vorig jaar een

artikel over de onzinnige HR-methodes van business coach Carl Van de Velde en diens gelijknamige Instituut. Dat leverde hen een schadeclaim op van 400.000 euro.

De VVJ verleent logistieke bijstand en verwijst naar de crowdfundingoproep van SKEPP. Met een bijdrage van bijvoorbeeld 50 euro kan men zo mee de gerechtelijke verdedigingskosten helpen dekken.

Alle info op www.skepp.be. (PD)



Tom Cochez, journalist bij *Apache*. © Fred Debrock

Freelancers:

Zelfstandige journalisten vormen een belangrijke groep binnen het vak: ruim een vierde van de professionele journalisten in Vlaanderen is freelancer. In februari 2019 telde de VVJ-databank 686 zelfstandige (stagiair-)beroepsjournalisten, tegenover 1.833 loontrekkenden. Daarnaast zijn nog 145 zelfstandige journalisten in bijberoep lid van de VVJ. Hun aantal stijgt jaar na jaar. En dat is geen louter Belgisch fenomeen: in heel Europa is er een opwaartse trend. Hoe vergaat het hen in Vlaanderen? Een overzicht van enkele actuele uitdagingen en VVJ-werven voor verbetering.

CHARLOTTE MICHILS,
JURIDISCH ADVISEUR VVJ/AVBB

DIGITAL FIRST EN IMPACT OP REGIOJOURNALISTIEK BIJ HLN

Steeds explicieter kiezen de Vlaamse nieuwsmedia voor *digital first*. Ook voor de regioverslaggeving van *Het Laatste Nieuws* is dat het geval. Een paar honderd regioverslaggevers kregen op die manier eind 2018 een nieuw samenwerkingscontract voorgelegd. De lettertekenvergoeding wordt afgeschaft, en in de plaats wordt een forfaitaire 'bijdragevergoeding' betaald, en dat voor een maximumaantal bijdragen per maand. Op zich spreekt de koerswending naar online berichtgeving best aan. Maar de nieuwe vergoedingswijze wekte bij talloze journalisten veel onzekerheid en onvrede op. Voor velen komt de nieuwe werkwijze ook neer op een vergroting van de werklast. Diverse medewerkers gooiden de handdoek in de ring of werden daartoe gedwongen. De VVJ begeleidt de ongeruste freelancejournalisten waar ze kan en probeert via maximaal overleg met

De Persgroep hun situatie te verbeteren.

VERGOEDINGEN BLIJVEN BENEDEN PEIL

Brutobedragen van 150 euro per dag – soms zelfs nog minder – zijn jammer genoeg geen uitzondering. Toch maken veel freelancers daar niet altijd meteen een breekpunt van. De liefde voor de job weegt nu eenmaal zwaar door. En als iemand dan toch past voor veel te lage vergoedingen, staat veelal een lange rij kandidaten klaar om het over te nemen. De onderhandelingsmacht van freelancers is dus beperkt, en dat weet de opdrachtgever. Contractuele vrijheid en vrij ondernemerschap worden dan wel erg relatieve begrippen.

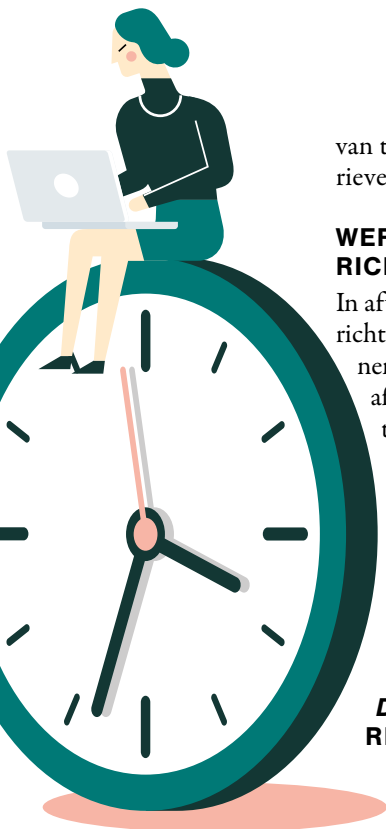
MINIMUMTARIEVEN AFDWINGEN

Jammer genoeg is ook het afdwingen van minimumtarieven niet evident. Freelancers zijn immers ondernemingen in de zin van het mededin-

gingsrecht, en minimumtarieven zouden de mededinging kunnen belemmeren. Toch biedt het Europees Hof van Justitie mogelijk een uitweg. Dat oordeelde dat minimumtarieven wel degelijk kunnen als het schijnzelfstandigen betreft. Blijft de vraag natuurlijk wat het arrest betekent voor niet-geherkwalificeerde schijnzelfstandigen. Hier kan dan weer gewezen op een recente beslissing van het Europees Comité voor Sociale



enkele VVJ-werven



**BEDRAGEN VAN
150 EURO BRUTO PER
DAG – SOMS ZELFS
NOG MINDER – ZIJN
JAMMER GENOEG
GEEN UITZONDERING**

Rechten (comité dat instaat voor de naleving van het Europees Sociaal Handvest). Dat oordeelde dat het onderscheid tussen 'echte zelfstandigen' en schijnzelfstandigen niet echt nuttig is. Het beslissende criterium is volgens het Comité de machts(on)gelijkheid met de opdrachtgever. En laat nu net die machtsongelijkheid tekenend zijn voor de verhouding freelancejournalist-opdrachtgever. Als we deze piste bewandelen en het mededingingsrecht dus niet langer

van toepassing is, zijn minimumtarieven dus wel gelijk een optie.

WERKEN MET RICHTTARIEVEN

In afwachting wil de VVJ haar richttarieven actualiseren en verfijnen. Dat zijn dan geen hard afdwingbare bedragen, maar tarieven die tot inspiratie kunnen strekken.

De huidige zijn te vinden op www.journalistenloket.be. Dit jaar gaan we bij alle relevante partners te rade voor een update.

EUROPESE COPYRIGHT DIRECTIVE EN AUTEURS- RECHTEN

Een recente opsteker is het nieuw gecreëerde recht voor uitgevers dat hen een vergoeding oplevert voor de exploitatie van perspublicaties in een digitale omgeving. De Europese richtlijn die dit invoert is zopas door het Europees Parlement goedgekeurd en moet nu door de nationale wetgever worden uitgevoerd. Essentieel is dat een 'passend' deel van de nieuwe vergoedingen moet vloeien naar de journalisten. Hoe groot dat deel wordt en hoe alles concreet wordt uitgerold, dat moet nu nog in een Belgische context worden geregeld. De VVJ zal samen met haar partners alleszins het nodige doen.

SOCIAAL CHARTER

Op Vlaams niveau ligt al geruime tijd een ontwerp van Charter op tafel dat van toepassing zou zijn op iedereen die werkzaam is in de mediasector, dus ook op freelancers. Het document moet het bestaande Charter voor de audiovisuele sector vervangen. Voor de VVJ staan enkele behartigenswaardige dingen in de tekst, die aanvullingen zijn op wettelijke regelingen. Zo is er sprake

van passende opzeggingstermijnen of –vergoedingen, die rekening houden met de duur en de intensiteit van de zelfstandige samenwerking. Journalisten zouden ook beter worden geïnformeerd over de tewerkstellingsvorm waarin ze terecht komen. Ook Vlaamse minister van Media Sven Gatz (Open VLD) is voor het Charter gewonnen. Samen met hem hoopt de VVJ dat de tekst nog voor de verkiezingen wordt goedgekeurd. Het zou een mooie opstap zijn naar kwalitatiever journalistiek werk en langs die weg kwalitatievere journalistiek tout court.

#METOO

Het voorbije jaar leerde ons dat grensoverschrijdend gedrag ook in de mediasector voorkomt. Een onderzoek van de vakgroep sociologie aan de UGent bracht naar voren dat ook zelfstandige journalisten een kwetsbare groep vormen. Nog meer dan anderen blijken zij het slachtoffer van ongewenste fysieke of seksuele toenaderingen. Mediaminister Gatz reageerde alvast met een nieuwe ombudsfunctie tegen grensoverschrijdend gedrag in de cultuur- en mediasector. Die zal nauw samenwerken met het meldpunt 1712.

INFORMEER JE, ONDERHANDEL WIJS

VVJ blijft zwaar inzetten op het informeren van freelancejournalisten. Het *Vademecum voor Zelfstandige Journalisten* wordt regelmatig geüpdatet en verschijnt eerstdaags opnieuw in druk. Ook via www.journalistenloket.be beogen we maximale informatie. Daar zijn nu ook modeldocumenten te vinden, die makkelijk kunnen worden gedownload. Af en toe organiseren we ook infosessies. Enkel op die manier, gewapend met de nodige kennis, kunnen freelancejournalisten wijs onderhandelen met hun opdrachtgevers.

Het laatste nieuws uit de journalistieke wereld



VOLG ONS ONLINE



journalist.be



facebook.com/vvjournalisten



[@vvjournalisten](https://twitter.com/vvjournalisten)



Voor iedereen die zijn weg
zoekt in de journalistiek

www.journalistenloket.be



VVJ opent meldpunt voor agressie tegen journalisten

Het maatschappelijke debat verruwt, en daar zijn ook journalisten het slachtoffer van. De VVJ opent een specifiek Meldpunt agressie tegen journalisten.

Een goede portie mediakritiek moet kunnen. De VVJ, beroepsvereniging van journalisten, gelooft meer dan ooit in vrije, maar tegelijk verantwoordelijke journalistiek. Die verantwoordelijkheid geven we trouwens samen met onze uitgevers zelf vorm, met een Code en een Raad voor de Journalistiek (www.rvdj.be). Maar mediakritiek moet wel inhoudelijk gestaafd en beschaafd zijn, zonder aantasting van de persoonlijke integriteit van een journalist. Ondanks alle mogelijke relativeringen en contextualisering, evolueren de zaken op dit punt negatief.

ANTI-KLIMAAT

Naast anderen – onlangs klaagden nog de leerkrachten – ervaren ook journalisten meer agressie tijdens hun werk. Die komt van burgers maar ook van beleidsverantwoordelijken. Meer en meer is sprake van een zeker anti-journalistiek klimaat. Machthebbers en burgers versterken elkaar hierin ook. In de VS roept de president in hoogstei- gen persoon de zogenaamde ‘fake news media’ uit tot ‘vijand van het volk’ en lokt daarmee geweld uit tegen verslaggevers. Maar ook bij ons laten sommige politici zich meer dan eens verleiden tot denigrerende uitlatingen over ‘de pers’ of ‘de media’, en wekken ze daarmee agressie op bij een deel

van hun achterban. De agressie is vooralsnog hoofdzakelijk verbaal. De sociale media, met hun geruchtenversterkende trollen en bots, fungeren als belangrijk platform hiervoor. Maar ook op straat krijgen journalisten tegenwoordig vaak beledigingen en scheldpartijen te verwerken. Tegenover vrouwelijke journalisten zijn de aanvallen vaak extra hard, met name als ze een seksistisch karakter krijgen.

OOK IN HET BUITENLAND

Verbale agressie kan omslaan in fysieke agressie of het dreigen daarmee, zoals recentelijk tijdens de Mars tegen Marrakech. Journalisten melden dan dat ze worden geduwd of omvergetrokken. Sommigen zijn recentelijk bespuugd. Een bijzondere categorie hier vormt de fysieke belaging vanwege politieagenten, die een journalist soms met fysiek geweld beletten om zijn/haar werk te doen. In talloze landen wordt dezelfde tendens waargenomen, onder meer in Italië, Hongarije en Turkije, maar ook in Duitsland en Frankrijk. De gevolgen van een en ander zijn nefast. Journalisten die worden aangevallen of geïntimideerd, dreigen – nog los van de negatieve gevolgen voor hun persoon – het slachtoffer te worden van een *chilling effect*, wat een hypotheek legt op hun berichtgeving.

De groeiende agressie tegenover journalisten bedreigt met andere woorden de vrije informatiestroom, die zo noodzakelijk is voor ware democratie.

De Internationale Federatie van Journalisten (IFJ) signaleert een toenemend aantal journalisten, vaak vrouwen, die onder druk van agressie en intimidatie hun job verlaten. Die evolutie is verre van onschuldig en verdient alle aandacht. Naast politieke opposanten zijn onafhankelijke journalisten de eerste doelwitten en vaak slachtoffers van een autocratie. Journalisten vertolken in deze dus een rol als kanarie in de kolenmijn. En die kanarie voelt zich momenteel niet echt op zijn gemak.

SNEL REAGEREN

Om deze redenen heeft de VVJ een specifiek Meldpunt opgericht voor agressie tegenover journalisten in Vlaanderen. Het is de bedoeling snel te reageren op meldingen, en er regelmatig over te rapporteren. Het is nu eenmaal niét normaal dat je als journalist wordt beledigd, beschimpt, belasterd, bespogen, betast, geduwd, geslagen of erger. En dat is niet enkel een zaak van persoonlijke integriteit van de journalist, het is bovendien een kwestie van elementair respect voor de democratie die we betrachten. (PD)

VVJ-MELDPUNT VOOR AGRESSIE TEGEN JOURNALISTEN
INFO@JOURNALIST.BE • 02 777 08 40

19 journalistieke banen op de tocht bij Mediahuis

Mediahuis maakt versneld werk van zijn transformatie naar een *digital first* nieuwsmidium, en dat gaat ten koste van 82 banen, waarvan 19 op de redacties.

Het nieuwe bedrijfsplan van Mediahuis heet *Visie 2020*, en zet hoofdzakelijk in op een digitalisering van de vier krantentitels via de websites, apps, video en podcast.

‘De dalende inkomstentrend maakt dat we efficiënter met print moeten omgaan’, aldus de directie. Door een beter gebruik van beschikbare data moet ook de service aan de adverteerders omhoog.

Blijkbaar kan de bijsturing niet zonder het schrappen van 82 voltijdse banen. De afdelingen ICT en Digitale Nieuwsmedia worden daarbij gespaard.

Op de redacties worden wel 19 jobs geschrapt. De wet op collectief ontslag verplicht de directie nu eerst tot een informatie- en consultatiefase in de schoot van de ondernemingsraad. De VVJ wordt – voor het eerst bij Mediahuis – buiten deze gesprekken gehouden. Ze zal dan ook los van het sociaal overleg de ontwikkelingen op de voet volgen. (PD)

DE WISSEL

De Journalist gaat op bezoek bij gewezen collega's, die de journalistiek bewust vaarwel zegden. Wat dreef hen daartoe en hoe vergaat het hen? En hoe kijken zij vandaag naar ons métier?



NICO BLONTROCK (56) IS SCHEPEN VAN CULTUUR IN BRUGGE

‘Ik wilde nog één keer gek doen’

© Alex vanhee

‘Mijn werk voor de radio was de job van mijn leven, maar deze job is absoluut de tweede job van mijn leven. Alle clichés die ik over het schepenambt had gehoord zijn waar: het is uitdagend, boeiend, moeilijk soms, maar erg leuk. Ik was 56 geworden en zei tegen mezelf dat ik nog één keer gek zou doen, en dat was in mijn geval: deelnemen aan de verkiezingen. Met succes. Ik behaalde als neofiet het vijfde hoogste aantal voorkeurstemmen in Brugge.’

‘Lang geleden werkte ik voor een vrije radio en toen ik bij de VRT begon, heb ik van mijn hobby mijn beroep kunnen maken. Ruim 30 jaar heb ik voor de openbare omroep gewerkt. Eigenlijk werk ik er nog steeds, want ik ben met politiek verlof. Na deze legislatuur wil ik nog één keer mijn kans wagen in de politiek, maar als ik over 6 jaar niet word verkozen, kan ik nog altijd naar de VRT terug.’

‘Ik startte in Brussel bij de Nachtradio, iets wat nu niet meer bestaat: live radio tussen halftwaalf’s avonds en zes uur ’s ochtends. Wat later besloten ze bij de VRT een nieuw radionet te starten, het toenmalige Radio Donna. Ik maakte deel uit van het team dat bij de opstart betrokken was, een fantastische periode. Na Donna belandde ik uiteindelijk bij Radio 2 West-Vlaanderen, in Kortrijk, waar ik uiteindelijk het grootste deel van mijn carrière gesleten heb. Niet lang voor de verkiezingen ging ik, om deontologische redenen, nog voor Radio 2 in Gent werken.’

‘Ik ben al heel mijn leven zeer actief in het Brugse verenigingsleven. Ik

heb 36 boeken geschreven, vooral heemkundige werken, maar ook een boek – waar ik zeer trots op ben – dat de transformatie van een transgender volgt. Voorts heb ik lesgegeven in het Brugs dialect. Ik was ook mede-oprichter van TEJO (therapeuten voor jongeren) dat kosteloos psychische hulp biedt aan tien- tot twintigjarigen. En nu ben ik dus schepen van Cultuur.’

HET GEEFT VEEL VOLDOENING DAT IK DINGEN KAN VERWEZENLIJKEN. IK WIL OOK NOG HEEL VEEL DOEN

‘Mijn eerste dag was wat onwennig: je komt binnen in een nieuw bureau, met enkel wat lege kasten en een computer. Het voordeel is dat ik met een propere lei kon beginnen. Vier politieke partijen hadden me gevraagd om op hun lijst te staan. Ik begrijp ook waarom: dankzij mijn ochtendblok op Radio 2 genoot ik van een zekere populariteit, én ik was zeer actief in het verenigingsleven. Tegen twee van de vier heb ik meteen neen gezegd. Van de twee overige heb ik de partijprogramma’s vergeleken, maar vooral veel met mensen gepraat. Op basis van die gesprekken heb ik dan uiteindelijk voor de CD&V gekozen. Voordien was ik eigenlijk absoluut niet met politiek bezig, tenzij beroepshalve dan. Toen bleek dat ik kans maakte om schepen te worden, heb ik meteen gezegd dat ik hoopte op Cultuur.’

‘Als radiomaker stond ik elke ochtend om halfdrie op en was ik om halfvier in Kortrijk voor mijn programma. Zo vroeg beginnen, vond ik enorm aangenaam. Om halftwaalf kwam ik thuis, sloep ik wat en hield ik me met mijn Brugse activiteiten bezig. Rond acht uur ’s avonds ging ik weer slapen. Nu begin ik pas rond halfnegen ’s

morgens. Ik heb veel afspraken en besprekingen, verdedig dossiers voor het College, bereid de gemeenteraad voor en voer bezoeken uit. In de culturele sector is er veel weekend- en avondwerk. Een interessant contrast is dat ik nu vaak aan de andere kant van de microfoon sta.’

‘Ik blijf een nieuwsfreak: ik lees veel kranten en bladen en luister vaak naar de radio. De digitalisering heeft voor een revolutie in de journalistiek gezorgd. Vroeger moest ik met een bandopnemer van 8 kilo op stap, nu nemen mensen interviews op met een iPhone. Automatisering neemt het over van de mens. Toen ik begon met presenteren werd een programma gemaakt met twee technici, een regisseur en een muzieksamensteller. Op het einde moest ik alles alleen doen. Die evolutie valt niet meer te stoppen. Sommigen juichen de afwisseling in hun werk toe en anderen vinden dat ze nu té veel werk hebben. Ik merk dat de regionalisering van het nieuws aan belang heeft gewonnen. Ik ken een pak mensen die louter de krant lezen voor het streeknieuws.’

‘Ik krijg veel *complimenten* als schepen. Mensen feliciteren mij dat ik in drie maanden tijd dingen heb verwezenlijkt die jaren niet mogelijk bleken. Dat vind ik fantastisch. Brugge heeft sinds kort bijvoorbeeld een stadsdichteres. Het geeft veel voldoening dat ik dingen kan verwezenlijken en ik wil ook nog heel veel doen. Gelukkig is mijn interessegebied erg ruim. Van een volkse comedian tot experimentele klassieke muziek, ik vind het hele gamma belangrijk. En ja, ik mis het contact wel dat ik als radiopresentator had met mijn publiek, maar toch denk ik niet dat ik nog terugkeer. Hilde Crevits heeft me gevraagd of ik ook op 26 mei aan de verkiezingen wilde deelnemen, maar ik kies bewust voor Brugge. Hier ligt mijn hart. Brugge is mijn maitresse.’

Opgetekend door Sandra Noben

NICO BLONTROCK

VROEGER

- › journalist en presentator voor VBRO, VTM en VRT

NU

- › schepen van Cultuur voor CD&V in Brugge



De vier grote omroepen zijn de wijze waarop ze soms in de Kamer van Volksvertegenwoordigers worden behandeld goed beu. Laatst kregen ze twee minuten vooraleer live op antenne te gaan te horen dat hun lichten uitmoesten, omdat dit de volksvertegenwoordigers te veel zou storen. Soms wordt het cameraploegen ook verboden om de lift te nemen, en moeten ze met zwaar materiaal de trap op naar boven.

Dirk Van den Bogaert (VTM): 'Dit lijkt meer en meer op pestgedrag. We kunnen zelfs niet meer fatsoenlijk nota nemen.' **Bart Verhulst** (VRT) beaamt: 'Keer op keer moeten we in discussie gaan, worden we afgesnauwd of zelfs weggejaagd... Er is zeker ook vriendelijk Kamerpersoneel, maar soms is het te belachelijk voor woorden.'

Kamervoorzitter **Siegfried Bracke** (N-VA) lijkt zich niet te storen aan de pesterijen. Via Twitter laat hij weten de klachten van de journalisten 'regelrechte flauwiteiten' te vinden. Dirk Van den Bogaert: 'Vreemd toch voor een gewezen Wetstraat-journalist.' VRT en VTM plannen nu een gezamenlijk statement aan het adres van de Kamer.

Beter nieuws uit het Europees Parlement: daar is medio maart een akkoord bereikt over een wettelijke bescherming van klokkenluiders in de Europese Unie. Werknemers die corruptie, fiscale fraude of milieuovertredingen melden, zullen worden beschermd tegen ontslag, degradatie, intimidatie of vervolging. Klokkenluiders zullen daarbij desnoods ook publieke kanalen zoals de media mogen aanwenden.

Nieuwssite *Apache* heeft een nieuwe directeur: **Luc De Cleir**. Hij trad op 1 maart in de plaats van **Bram Souffreau**, die naar Manila op de Filipijnen verhuist.

Dwarskijker **Rudy Vandendaele** (64) gaat met pensioen, en dus zullen we zijn altijd puntige tv-recensies en interviews in *Humo* moeten missen. In 1991 nam (rv) de rubriek Dwarskijker in *Humo* over van Willy Courteaux, in het totaal werkte hij 36 jaar voor het blad. 'Tijd om me met overgave aan de edele kunst van het plaatsmaken te wijden', zo nam Rudy begin maart afscheid van zijn lezers in zijn laatste stuk.

Bij *De Standaard* is op 1 maart **Evita Neefs** (65) met pensioen gegaan. Zij werkte 38 jaar voor die krant, waar ze vooral naam maakte als Amerikawatcher.

Willy de Buck (64) is dood, nog geen jaar nadat hij bij *Het Nieuwsblad* met pensioen is gegaan. Willy begon als regioreporter, en maakte vooral naam en faam als assisen-verslaggever.

En ook oud-VRT-journalist **Jos Van Hemelrijck** (1947-2019) wisselde het tijdelijke voor de eeuwigheid. Zijn ex-collega Lukas De Vos, die op www.journalist.be een in memoriam schreef, denkt dat Jos van een iets spijt moet hebben: dat hij als fanatieke zeiler geen zeemansgraf kreeg.

Firmin De Maitre geeft als voorzitter van SOFAM de fakkel door. Medio mei verkiest de auteursrechtenvereniging voor visuele kunstenaars – onder wie ook talloze persfotografen – een nieuwe voorzitter. Firmin werd bestuurder van SOFAM in 1998, sinds 2000 was hij er voorzitter.

Met zijn vertrek bij **SOFAM** bezegelt Firmin een mooie carrière in de fotojournalistiek. Gedurende 32 jaar (1970 – 2002) werkte hij voor de uitgever van *De Standaard* en *Het Nieuwsblad* in vast dienstverband, een arbeidsstatuut dat persfotografen vandaag niet langer is gegund. Gedurende vier jaar maakte Firmin ook deel uit van de Erkenningscommissie voor beroepsjournalisten. Voor al dat engagement passen enkel woorden van grote dank.

Dieter Telemans heeft de jaarlijkse Nikon Press Photo Award gewonnen in de categorie 'Nieuws'. Trouwe lezers van dit blad kennen de bekroonde foto: die verscheen in ons vorige nummer in de rubriek *Fotorol* en toont een man die de ravage aanschouwt die gele hesjes hebben aangericht op het kruispunt Kunst-Wet in Brussel op 30 november 2018.

Andere winnaars van een Nikon-persprijs zijn deze keer **Kristof Vadino** (categorie 'Stories'), **Kristof Ramon** (categorie 'Sport') en **Jasper Jacobs** (publieksprijs).

Gerard Alsteens (59), huistekenaar van *Knack*, is op 2 april verheven tot eredoctor aan de VUB. De Brusselse universiteit looft hem om zijn 'engagement voor vrijheid en vrije meningsuiting, dat hij vele jaren lang via zijn cartoons heeft vormgegeven. Gal is kritisch als het moet, grappig als het kan en denkt altijd wars van elk vooroordeel.'

In een interview met *Knack* zelf geeft Gerard aan in bijna zestig jaar tekenen voor de pers 'hoop en al tien keer te zijn gecensureerd. Ik heb die luxe gekregen maar ook aan mezelf gegeven. Ook opdat ik nooit om den brode zou moeten inbinden, ben ik altijd les blijven geven.'

GAL herinnert zich dat **Sus Verleyen**, overleden hoofdredacteur van *Knack*, enkele tekeningen heeft geweigerd. **Rik Van Cauwelaert** stelde tijdens zijn hoofdredacteurschap één veto: tegen het verwerken van voormalig VLD-senator Hugo Coveliers en diens baardje in het schilderij *L'origine du monde* van Gustave Courbet. Huidig hoofdredacteur **Bert Bultinck** maande GAL dan weer eens aan om Theo Francken te wissen uit een seksueel geladen tekening na diens uitspraak over 'opkuisen'.

Toen de **Belga-redactie** eind maart spontaan het werk neerlegde uit onvrede met het plotse ontslag van twee journalisten en de niet-vervanging van een gepensioneerde collega, kreeg ze de steun van een reeks freelancers bij het persagentschap.

Van de directie kregen de freelancers de toezegging dat ze werden vergoed voor de bijdragen die ze tijdens de staking zouden hebben gemaakt voor Belga. Volgens correspondent **Luc Vanheerentals** is het de eerste keer dat Belga dit doet. Hij heeft ook geen weet van een dergelijk positief gebaar elders in het Vlaamse medialandschap. 'Hoe dan ook is dit een zeer positief precedent', weet hij.

Klaas Dewyngaert, in oktober 2017 begonnen bij ROB-tv, is op 1 maart verkast naar VTM NIEUWS.

Voortaan moet geen btw meer worden betaald op **autonome digitale kranten en tijdschriften**. Daarmee volgen deze digitale media nu het regime van papieren nieuwsmedia. Het btw-tarief op e-books wordt verlaagd van 21% naar 6%, het tarief dat ook geldt voor gedrukte boeken.

De VVJ ontving intussen vanwege enkele politici hoopvolle ontvangsmeldingen nopens haar **Memorandum 2019**. Telkens blijkt de bereidheid om met onze verzuchtingen rekening te houden na de stembuslag van 26 mei. Het VVJ/AVBB/EFJ-Memorandum is te vinden op www.journalist.be.



Ludwig Verduyn heeft in *De Standaard* enig inzicht gegeven in zijn motieven om op zijn website www.derijkstebelen.be intussen 650 families te volgen. 'Die rijke families hebben macht en invloed zonder ooit verkozen te hoeven worden', aldus Ludwig. 'Ik wil de onzichtbare krachten duidelijk maken die in onze samenleving aan het werk zijn.'

De **Panama Papers**, het mondiale journalistieke project over internationale fiscale wanpraktijken en witwassen, heeft de Belgische schatkist al 16 miljoen euro opgebracht. Dat zegt grote baas Frank Philipsen van de Bijzondere Belastinginspectie (BBI). Aan Belgische zijde werkten *De Tijd*, *Knack* en *Le Soir* mee aan het project. Zij identificeerden 732 Belgen die via offshore constructies, vooral in Panama, de Belgische fiscus voetje lichtten.

De Panama Papers waren een project van het **International Consortium of Investigative Journalists** (ICIJ). Ruim 11 miljoen documenten, afkomstig van het intussen opgedoekte financieel adviesbureau Mossack Fonseca, werden door 370 journalisten wereldwijd onder de loep genomen. Dat leverde voor overheden her en der alvast 1,2 miljard aan extra belastinginkomsten op.

Ex-minister van Financiën Johan Van Overtveldt (N-VA) had voor België een extra incasso van 65 miljoen euro in gedachten, maar daar is de BBI dus nog lang niet aan toe. Overigens leverden de **Paradise Papers**, dat andere onthulde financiële schandaal, nog geen enkele euro op. Frank Philipsen van de BBI in *Le Soir*: 'Een artikel in de krant

volstaat niet om een onderzoek te openen of te sluiten. De signalen geleverd door de pers moeten wij wel degelijk verifiëren en aanvullen.'

Volgens het vakblad voor communicatie en media PUB blijft *Het Laatste Nieuws* de absolute kampioen wat **sociale media** betreft. In de ranking voor de maand januari komt de krant uit op bijna 5 miljoen 'interacties', nagenoeg alle op Facebook. Bij de Vlaamse nieuwsmedia volgt *Het Nieuwsblad* op plaats 2 met bijna 2 miljoen interacties. *De Standaard*, *VTM* en *De Morgen* scoorden elk ruim een half miljoen interacties in januari.

Het **Leuvense gerecht** heeft beterschap beloofd na de jammerlijke behandeling van de pers bij het voorbije assisenproces Mehrnaz D., de neurochirurgen die haar dochter doodde. De veel te kleine assisenzaal die bomvol geïnteresseerd publiek zat, bood al te weinig plaats aan de verslaggevers, die daardoor soms aanzienlijke delen van de rechtszaak moesten missen.

Op 31 oktober wordt opnieuw de driejaarlijkse **persprijs Jacques Van Veen** uitgereikt, voor de beste Nederlandstalige journalistieke publicatie of uitzending op het vlak van recht en rechtspraak. De prijs bestaat uit een penning en een bedrag van 10.000 euro. De sluitingsdatum voor inzendingen is 15 mei. Alle info op www.persprijsvanveen.nl.

Headline, het facilitaire audiovisuele bedrijf met zetel in Brussel, is overgenomen door het Britse DMA Media. **Hans Deforce**, oprichter en ceo van Headline News Facilities Productions, ziet er een win-winoperatie in. 'Headline kan zijn middelen en expertise aanwenden voor nieuwszenders overal ter wereld. Omgekeerd creëren de extra middelen van DMA Media Group nieuwe kansen tot uitbreiding voor Headline.'

Evi Robert, die 14 jaar voor De Persgroep werkte waarvan 10 jaar als hoofdredactrice van het magazine *Nina*, staat als 3de opvolger voor Europa op de verkiezingslijsten van Open Vld. Evi werkte al een paar jaar als adviseur voor het Europees Parlement.

IPA (International Press Association), de vereniging van buitenlandse journalisten actief in ons land, heeft een nieuwe voorzitter: de Hongaarse journaliste **Katalin Halmi**. Zij werkt sinds 2001 in Brussel voor Hongaarse nieuwsmedia, op dit ogenblik is dat de krant *Népszava*.

Er zijn ook twee nieuwe ondervoorzitters bij IPA: de Brit **Dafydd ab Iago** en de Zweedse **Teresa Küchler**. Die laatste komt in de plaats van **Kris Van Haver**, Europaverslaggever bij *De Tijd* en VVJ/AVBB-voorzitter, die gedurende vier jaar ondervoorzitter was.

Voor de coureurs onder ons: het **World Press Cycling Championship** vindt dit jaar plaats in Veneto, Italië. Van 12 tot 15 september. Info op <http://wpcc2019.it>.



“Laat papa met rust.”

Kies voor meer diversiteit in de media.

Op zoek naar een expert? Dan kies je hoogstwaarschijnlijk voor een blanke, mannelijke veertigplusser, type Carl Devos.

Zonde toch, want waarom niet eens een vrouwelijke expert of een deskundige met een migratieachtergrond of handicap inschakelen?

Moeilijk te vinden, denk je? Helemaal niet.

Je vindt al hun contactgegevens in onze vernieuwde expertendatabank op **EXPERTENDATABANK.BE**