

de journalist

12 experts over de trends in 2020



V.U. Poi Deltour, Zennestraat 21, 1000 Brussel



**KRIS VAN
HAVER**
VOORZITTER VVJ

De journalistieke canon

Voor de Vlaamse media en journalistiek kondigt 2020 zich aan als een uitdagend jaar. Fake news, concentratie van nieuwsmedia en digitalisering zullen zich verder doorzetten. Maar waar het volgens Peter Vandermeersch vandaag echt om gaat – hij is één van de experts uit de sector die in deze *Journalist* aan het woord komen – is het herwinnen van het vertrouwen. Bij lezers, luisteraars en kijkers.

De greep van de politiek op de media wordt dit jaar ook een belangrijk thema. De jaarwisseling begon alvast met een discussie over de Vlaamse openbare omroep. En jammer genoeg ging dat debat *niet* over de rol van de VRT in een veranderende samenleving, over het belang van redactionele autonomie of over de vraag hoe de VRT na alweer een financiële adering van hoge kwalitatieve verwachtingen kan blijven inlossen.

'Moeten we politici voortaan ook laten bepalen wat goede journalistiek is en wat niet?'

Ook in andere journalistieke initiatieven zette de nieuwe Vlaamse regering meteen bij haar aantreden het mes. Het Vlaams Journalistiek Fonds zal daardoor enkel nog lopende projecten kunnen afwerken. De financiële ingrepen beknotten niet alleen de kansen van vaak jonge freelancers om innoverende projecten op te zetten, maar zetten ook een domper op de veerkracht van heel de sector.

De boodschappen die de Vlaamse regering uitstuurt, verontrusten. Grote besparingen in cultuur en journalistiek aan de ene kant. En een 'Vlaamse canon' aan de andere? Op zich hoeft er met een canon niets mis te zijn – als die ontwikkeld wordt als referentiekader voor een gedeelde cultuur. Maar we moeten niet blind zijn voor de historische realiteit dat overheden – kerkelijke en politieke – canons telkens opnieuw zagen als een normatief instrument. Om uit te maken wat je wel en niet moest lezen. Om te bepalen wat authentiek was en wat vals. Moeten we politici voortaan ook laten bepalen wat goede journalistiek is en wat niet?

We hoeven heus niet naar het Hongarije van Viktor Orban te kijken om te beseffen dat diversiteit in de media, onafhankelijke redacties en de afwezigheid van politieke en commerciële sturing essentiële voorwaarden zijn voor een florierend medialandschap. Journalistiek is per definitie meerstemmig, zoals de canon in de muziek: een lied waarin verschillende stemmen op verschillende momenten eenzelfde melodie vertolken.

WERKTEN MEE

Coördinatie: Pol Deltour & Piet De Loof, pol.deltour@journalist.be, piet@revista-media.be || **Eindredactie:** Piet De Loof & An Schoemans || **Concept en vormgeving:** Revista (www.revista-media.be) || **Medewerkers:** Pol Deltour – Inge Stiers – Geert Van Lierde – Charlotte Michils – Selma Franssen – Linda A. Thompson – Pieter Knapen – Freddy Sartor – Piet De Loof – An Schoemans || **Cover:** 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

13

ACTUA

Wat als jouw foto wordt misbruikt?

20

TIP

9 redenen waarom Perugia een bezoekje waard is

24

INTERVIEW

Emmanuel Van Lierde over 20 jaar Tertio

28

FOTOROL

Jimmy Kets kiest Nicolas Maeterlinck

30

BESLISSINGEN RAAD VOOR DE JOURNALISTIEK

34

ONDER EMBARGO



VOORSPELLERS

'Klassieke media moeten fake news bestrijden'



PANELGESPREK

Vier cultuurrecensenten

'Ruim aanbod in onze media, maar zo mainstream'



DE WISSEL

Goedele Vermaelen

'Ik bewonder journalisten die erin slagen de menselijkheid te bewaren'

© James Arthur

DE NIEUWKOMER

Elk jaar zetten zowat honderd nieuwkomers hun eerste stappen in de journalistiek. Voor sommigen onder hen is het een droom die eindelijk in vervulling gaat, anderen zijn er veeleer toevallig ingerold. In dit nummer: **Hannes Van Gael**, 25 jaar, sinds december 2018 aan de slag als freelancejournalist.

‘Kies je stage zorgvuldig’

Hannes Van Gael



‘Ik werk als freelancer voor *Voetbalkrant.com*. Tijdens de week maak ik voor de website artikels door mensen op te bellen, analyses te maken van spelers en zelf aan de slag te gaan met statistieken. Tijdens het weekend vergaar ik nieuws op persconferenties en wedstrijden. Ik breng ter plekke live updates, maak wedstrijdverslagen en verzamel reacties van spelers en trainers. Het kan zowel heel vroeg als heel laat werken zijn, dus je moet je flexibel kunnen opstellen.’

‘Voetballen is mijn passie. Ik wou er ook al lang iets mee doen. Het is niet eenvoudig om bij de grotere spelers binnen te geraken à la *Het Nieuwsblad*, *Het Laatste Nieuws* en *Sporza*, dus solliciteer je spontaan en stuur je je cv overal naartoe. Bij *Voetbalkrant.com* heb ik meteen reactie gekregen en mocht ik op gesprek komen.’

‘Waar ik vooral trots op ben, is dat ik in amper een jaar tijd al zo veel uiteenlopende dingen gedaan heb: de titelmatch van Genk, Club Brugge - Real Madrid in de Champions League, matches van de Rode Duivels, tien dagen op het EK voor beloften in Italië, en het Gala van de Gouden Schoen.’

‘Mijn advies aan andere starters is om je stage zorgvuldig te kiezen, omdat het een manier is om jezelf in de kijker te spelen bij de werkgever bij wie je aan de slag wil. Mik ook hoog, want je kan daar veel leren. Je stage is ook een kans die je als beginnende journalist waarschijnlijk niet zal krijgen. Ik heb zelf stage gedaan bij *Sport/Voetbalmagazine* op de redactie van *Knack*. Om daar zo maar te beginnen als startende journalist zou natuurlijk niet lukken. Ze vragen daar veel ervaring.’

‘Als er zich kansen voordoen, moet je ze gewoon grijpen en niet te lang treuzelen. En verwacht geen onrealistisch loon in het begin. Dat zal er uiteindelijk wel komen als je goed werk levert.’ (LAT)

MEEST AANGEKLIKT

Wat was vorige maand het meestgelezen artikel op jullie website? We vroegen het deze keer aan **Hanne Brasseur**, verantwoordelijke Audience Engagement bij vrtnws.

WELKE AUTO IS DE PROPERSTE VOOR HET MILIEU?



OVER DE TAALGRENEN

Wat gebeurt er aan de andere kant van de taalgrens op journalistiek vlak? Met deze rubriek ben je weer mee.

CEO van RTBF verdiende te veel

RTBF-baas Jean-Paul Philippot moet een flink stuk van het loon dat hij tussen 2014 en 2018 verdiende terugstorten. Met zijn inkomen zat hij immers zowat 60.000 euro boven het loonplafond dat de Franse gemeenschapsregering voor zijn functie instelde. Volgens een audit die de regering gelaste, bleek de CEO evenwel geen opzettelijke fout te hebben gemaakt.

Frans Gemeenschapsminister van Media Bénédicte Linard (Ecolo) beperkte het loon van de administrateur-generaal voor de toekomst tot 245.000 euro per jaar, ongeveer 35% minder dan voorheen.

Philippot leidt de RTBF al sedert 2002. Hij is kandidaat voor een vierde mandaat van zes jaar. De beslissing hierover zou midden februari vallen. (CM)

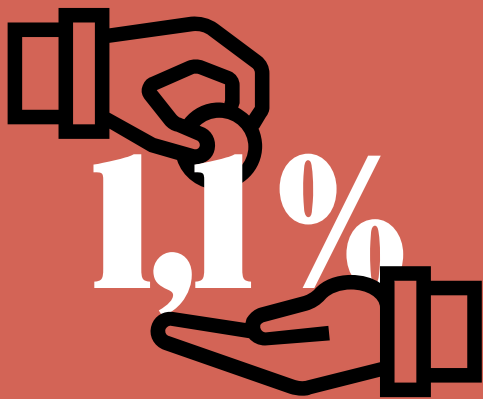
Hanne Brasseur: ‘Het meest aangeklikte artikel in januari — 290.000 keer — was *Welke auto is de properste voor het milieu? De verschillen zijn klein en diesel is zeker niet de slechtste*.

‘Journalisten Luc Pauwels en William Laenen liepen al een tijdje rond met het idee over de verschillende types auto’s. Van collega’s die een nieuwe auto wilden kopen, kwam geregeld de vraag welke nu de groenste is. Ze hebben het grondig aangepakt: een twintigtal wetenschappelijke studies bekeken, naast gespecialiseerde artikels, testrapporten en gesprekken met een tiental experts. Alles raakte net op tijd rond voor de start van het autosalon – de perfecte timing. We hadden dan ook wel verwacht dat dit stuk het goed zou doen. Dit artikel kreeg een stuk meer instroom dan gemiddeld vanuit Facebook, wat toont dat het onderwerp veel mensen aangaat. Het werd intussen 290.000 keer aangeklikt.’

www.vrtmws.be



HET CIJFER



Slimme freelancejournalisten vragen en krijgen elk jaar dat tikkeltje meer. Zo blijven je inkomsten mee evolueren met de consumentenprijzen. In januari 2020 werden de lonen in Paritair Comité 200, met daarin heel wat weddetrekkende journalisten, geïndexeerd met 1,008%. En in PC 227, dat de audiovisuele sector dekt, gaan de barema's dit jaar met 1,1% omhoog.

DE VAKPERS

Zowat één op de vijf Belgische beroepsjournalisten werkt voor een gespecialiseerd magazine. Reden genoeg om in elke editie de spots te richten op één titel.

AutoWereld

- 13 nummers per jaar
- Oplage: 25.000
- Bestaat sinds 1999
- 5 vaste medewerkers en 4 freelancers



‘GROEN RIJDEN EN AUTOPASSIE GAAN PRIMA SAMEN’

Hoe begon AutoWereld?

Alain Devos, hoofdredacteur: ‘In 1950 werd de eerste editie van *Le Moniteur Automobile* uitgebracht, een opsomming van de nieuwste auto’s. *Le Moniteur Automobile* werd gedrukt op krantenpapier, zonder afbeeldingen. Later werd het een magazine, met autotesten en foto’s. In 1979 verscheen er met *AutoGids* ook een Nederlandstalige versie. In 1999 begon concurrent *Auto*, dat later *AutoWereld* werd. In 2004 zagen *AutoWereld* en *AutoGids* dat de markt te klein was om elkaar te beconcurreren. De magazines werden ondergebracht bij *ProduPress*.’

Beide titels bleven uiteindelijk toch bestaan.

‘Ze spreken andere lezers aan. Bij *AutoGids* zijn dat consumenten die de uitgebreide autotesten raadplegen, maar ook professionals zoals verzekeraars en zelfs politiekantoren – agenten moeten weten wat er op de weg rijdt. *AutoWereld* is er vooral voor de autoliefhebber en bevat naast vergelijkende testen ook autosportnieuws, interviews en reportages over onder meer retrowagens en de grote autofestivals. Sommige autoliefhebbers zijn op beide magazines geabonneerd om de details van alle nieuwe modellen te kennen.’

Hoe ziet de toekomst eruit?

‘*AutoWereld* schrijft natuurlijk ook over groene mobiliteit – dat gaat prima samen met autopassie. Denk maar aan een merk als Tesla, dat staat voor elektrisch én plezierig rijden. We investeren ook zwaar in onze websites, maar er blijft een markt voor kwalitatieve printmagazines. Lezers verzamelen nog altijd hele jaargangen.’ (SF)



Journalistiek in 2020

12 EXPERTS BLIKKEN VOORUIT

2020 dient zich in talloze opzichten aan als een boeiend en belangrijk jaar. Ook op het vlak van communicatie, media en journalistiek staat van alles te gebeuren. Hoe evolueren de businessmodellen voor het nieuws? Neemt de mediaconcentratie verder toe? Welke journalistieke formats breken door? Hoe evolueert het journalistieke beroep? En wat valt te verwachten van politieke kant? *De Journalist* selecteerde 12 voorspellers om tekst en uitleg te geven. Onder hen journalisten, mediabazen, academici en beleidsmensen. Hoe zien zij onze toekomst in de jaren 20? Put inspiratie uit hun verwachtingen (en hier en daar ook verzuchtingen).

POL DELTOUR, CHARLOTTE MICHILS, SELMA FRANSSEN, LINDA A. THOMPSON EN GEERT VAN LIERDE

‘Spannend jaar voor Vlaamse nieuwsdiversiteit’

Jonathan Hendrickx (25)
 Doctoraatsonderzoeker aan imec-SMIT, VUB



‘In 2020 wordt het NewsCity-gebouw van DPG Media volledig operationeel, met grote nieuwsmerken als *Het Laatste Nieuws*, *De Morgen* en *VTM Nieuws*. Welke impact zal dit hebben op het aantal jobs, samenwerkingen tussen redacties en uiteindelijk op het geproduceerde nieuws? Ook wordt de nieuwe beheersovereenkomst tussen de VRT en de Vlaamse overheid onderhandeld. Moet *vrtnws.be* stoppen met tekstartikelen om de online geschreven markt over te laten aan de andere grote spelers?’

‘Wat de kleinere *online only*-spelers betreft: na het verdwijnen van *Charlie* en het wegvallen van het Vlaams Journalistiek Fonds moeten zij zich nog meer ontplooiën én bewijzen om te overleven. GM Group, met onder meer *Newsmonkey*, focust zich met nieuwe initiatieven als *8AM* op ‘nieuwsbrievenjournalistiek’. Zulke nieuwigheden geven aan dat *online only*-media, die in Vlaanderen enorm in de marge blijven, zich nog niet gewonnen geven.’

‘Anno 2020 zijn er slechts vier grote mediaspelers in Vlaanderen die nagenoeg alle grote nieuwsmedia bezitten. Ik voorspel dat we op dat vlak de bodem bereikt hebben. Grote nieuwstitels zullen niet sneuvelen, maar ik verwacht wel een neerwaartse spiraal qua aantal weekbladen. Zo heeft DPG Media met *Dag Allemaal*, *Story* en *TV Familie* drie gelijkaardige titels. Het lijkt me onwaarschijnlijk dat die elkaar mogen blijven beconcurreren.’

‘Om positief af te sluiten: de Vlaamse nieuwssector is zeer geconcentreerd, maar ook zeer bruisend. Uit een inhoudsanalyse die ik maakte van Mediahuiskranten blijkt dat *De Standaard* diverser is geworden in berichtgeving dan de drie zusterkranten. Dat ook commerciële bedrijven duidelijk nog middelen vrijmaken voor kwaliteitsmedia, is een geruststellend signaal.’ (SF)



‘Tijd is rijp voor een Netflix voor podcasts’

Nele Eeckhout (31)

Podcastmaker bij audiocollectief SCHIK

‘Vier jaar geleden moest ik nog uitleggen wat ik deed als ik zei dat ik podcasts maak. Vandaag niet meer: de podcast is geen hype gebleken. *On demand* luisteren via je smartphone past perfect bij de levensstijl die mensen vandaag hebben. Velen zijn het verleerd zich op een boek te concentreren, maar halen een vergelijkbare beleving uit podcasts.’

‘Vlaanderen loopt nog achter als het gaat over de ontwikkeling van podcasts. De grootste producties waaraan ik werkte, zijn gemaakt met Nederlands geld, onder meer voor uitgever Das Mag en de VPRO. Ik weet niet of dat snel zal veranderen, maar ik geloof wel dat het Vlaamse luisteraarspubliek de podcast volledig omarmd heeft. De toekomst van de podcast ligt volgens mij in het aangaan van samenwerkingen binnen het Nederlands taalgebied. Zo kunnen we knowhow en middelen samenbrengen. Dat gebeurt al – ook

ons collectief bestaat uit twee Vlamingen en een Nederlander. Initiatieven van onder meer het Vlaams-Nederlands huis deBuren stimuleren zulke samenwerkingen.’

‘Op het vlak van gebruiksvriendelijkheid valt er nog winst te behalen. Ik verwacht dat Spotify een steeds interessantere speler op de podcastmarkt wordt. Wat ik nog mis, is een platform voor podcasts dat net zo toegankelijk is als Netflix. Dat zou helemaal passen bij de manier waarop sommige luisteraars podcasts *bingen*. Developers zijn daar ongetwijfeld mee bezig.’

‘Of ingesproken *longreads* gaan aanslaan, betwijfel ik. Ze bieden te weinig meerwaarde tegenover geschreven journalistiek. In het Nederlands taalgebied biedt Blendle dit aan, zonder veel navolging. Nog lang niet elke krant in Nederland en Vlaanderen heeft een dagelijkse podcast, maar die nood is er wel. Daar liggen groeikansen voor 2020.’ (SF)

‘Freelancers zullen zich verenigen’

‘Ik verwacht dat er de komende 10 jaar alleen maar meer freelancejournalisten zullen bijkomen en dat hun stem steeds luider zal klinken. Het besef zal toenemen dat de zaken waar individuele freelancers mee worstelen – van de lage tarieven en late betalingen tot en met gedwongen schijnzelfstandigheid en freelanceovereenkomsten die mediahuizen enorm bevoordelen – uitdagingen zijn die collectief moeten worden aangepakt. De illusie dat freelancejournalisten en mediahuizen op voet van gelijkheid onderhandelen in zo’n kleine markt als de onze en één met zo’n hoge mediaconcentratiegraad is in snel tempo aan het vervagen.’

‘In onze buurlanden is dat besef er al langer en het is een kwestie van tijd voor freelancers zich hier ook beginnen te verenigen. Misschien krijgen we wel een organisatie die freelancers workshops en werkruimte biedt à la De Coöperatie, misschien lanceert iemand een website die anoniem tarieven publiceert zoals *Who Pays Writers*, misschien

Linda A. Thompson (31)
Freelancejournaliste, VVJ-bestuurslid

ontstaat er een nieuwe belangenorganisatie die freelancers

organiseert en mobiliseert zoals de NVJ dat doet in Nederland. Het staat buiten kijf dat er wat zal gebeuren, de vraag is alleen: vanuit welke hoek?’

‘Ik verwacht ook dat de erkenningsregels voor beroepsjournalisten de komende jaren zullen worden aangepast zodat ze beter aansluiten bij de realiteit anno 2020 – namelijk dat het voor de meeste freelancers moeilijk is om rond te komen zonder wat commerciële opdrachten hier en daar. Toen de erkenningsvoorwaarden in 1963 werden opgesteld waren er nauwelijks freelancers. Tegenwoordig is 1 op de 3 journalisten freelancer. En wie weet hoeveel er zullen zijn bijgekomen tegen 2030? Zo’n grote groep zal het niet blijven dulden dat zij niet als volwaardige journalisten worden gezien en gehoord.’ (LAT)



‘Een lasagne van formats’

Wouter Van Driessche (42)
Digitaal producer en chef audio & video bij *De Standaard*



‘Er zijn de laatste tien, vijftien jaar enorm veel tools bijgekomen en die zullen in de toekomst allemaal naast elkaar gaan bestaan. Afhankelijk van het verhaal en de informatie die ze de wereld willen insturen, zullen nieuws- en mediareacties kiezen welk format het meest geschikt is. En soms zullen ze dat allemaal tegelijkertijd zijn. Dat gebeurt ook nu al volop. Als we een video maken voor de krant zitten daar vaak infografieken en tekstelementen in, en verwerken we er ook voice-overs en soms foto’s in. Ik zie dus een toekomst waarbij al die formats en media naast en boven elkaar bestaan en door elkaar worden gebruikt, als een soort lasagne met verschillende laagjes. Hét format van de toekomst zal dus heel vaak hybride zijn.’

‘Daarnaast zal onze corebusiness nog heel lang tekst en foto blijven. Die blijven ontzettend efficiënt en

‘Klassieke media zullen fake news bestrijden’

Tim Verheyden (43)
Reportagemaker bij VRT



‘Nieuwe vormen van fake news, zoals *deep fakes*, zullen blijven opduiken. De technologische oplossingen die Twitter en Facebook aankondigen, zijn welkom, maar onvoldoende: de platformen blijven fundamentele vragen over hoe ze omgaan met *hate speech* en desinformatie ontwijken. Het zullen vooral klassieke media zijn die het complexe probleem van desinformatie – waar fake news een onderdeel van is – bestrijden. Door feiten te brengen, cijfers in context te plaatsen en de politieke motieven achter uitspraken te duiden.’

‘Ik zie hoopvolle tekens. Bijvoorbeeld toen er onmiddellijk gereageerd werd op de uitspraak van Jan Jambon dat asielzoekers een huis kunnen kopen van kindergeld. Het liet zien dat traditionele media genoeg bereik hebben om desinformatie snel te weerleggen.’

‘De geloofwaardigheid van media wordt vandaag voortdurend aangevallen, ook vanuit de politiek. Om vertrouwen terug te winnen, is transparantie in 2020 cruciaal. Redacties moeten tonen hoe ze

werken, zonder bang te zijn dat andere media daarvan profiteren. De primeur hebben zal niet meer het belangrijkste zijn. Sterker: de toekomst ligt deels in samenwerkingen tussen media. Een goed voorbeeld is het onderzoek naar het patrimonium van de Koninklijke Schenking door *De Tijd*, *Knack*, *Apache* en VRT NWS. Samenwerkende redacties hebben een groter budget én bereik.’

‘In 2020 bouw ik samen met VRT NWS verder aan een specifieke redactie die focust op Data, Desinformatie en Technologie. Klassieke journalistieke profielen werken er samen met data- en techdeskundigen aan onder meer grote onderzoeksprojecten die, naast de dagelijkse verslaggeving, ook voorbij het nieuws van de dag kijken. Het belang van zulke onderzoeken neemt door maatschappelijke tendensen alleen maar toe.’ (SF)

krachtig. Misschien komen er wel wat formats bij als we binnenkort schermen kunnen opvouwen en in onze broekzak steken, maar het zullen, denk ik, veeleer nieuwe kruisbestuivingen zijn tussen tekst, foto, bewegend beeld en audio.’

‘Verder verwacht ik dat de podcast de volgende tien jaar verder zal doorbreken. Omdat podcasts heel goed aansluiten bij wat nieuwsmedia doen, namelijk dieper graven en duiding geven. Het feit dat ze *on-demand* zijn, dat nieuwsconsumenten zelf kunnen beslissen welk verhaal ze beluisteren is ook iets wat ontzettend goed werkt. Ook online video heeft de voorbije jaren erg geboomd en zal hard blijven gaan. Ten slotte kan ik me inbeelden dat we in de toekomst een nieuwsapp of website openen, en meteen in een permanente live video- of audionewsfeed terechtkomen, waarin ook grafisch de hele tijd van alles gebeurt.’ (LAT)

‘Afhankelijk van het verhaal en de informatie zullen nieuws- en mediareacties kiezen welk format het meest geschikt is. En soms zullen ze dat allemaal tegelijkertijd zijn’

Wouter Van Driessche

‘Eén uitdaging: het vertrouwen (her)winnen’

Peter Vandermeersch (58)
Uitgever Ierse Independent News & Media (INM)



‘Vooreerst: waar gaat het níet over in de jaren 2020 en later? Het gaat níet over de keuze tussen papier of digitaal. Het gaat níet over de strijd tussen de publieke omroep en de commerciële spelers. Het gaat níet over de waarde van beroepsjournalisten of bloggers. En het gaat níet over de waarde van woorden en de aantrekkingskracht van beelden. Waar gaat het dan wel over? De journalistiek – of het nu gaat om een lokale krant, een nationale televisiezender of een wereldwijde website – heeft in 2020 maar één uitdaging, maar die is dan ook immens: het vertrouwen (her)winnen van lezers, luisteraars en kijkers.’

‘*Trust*, daar gaat het om. Slagen wij, journalisten, uitgevers, de overheid, beroepsorganisaties, ngo’s, drukkinggroepen en anderen erin om die omstandigheden te creëren waarin journalistiek geproduceerd wordt die de burger vertrouwt en hem of haar bijgevolg in staat stelt beter te functioneren in de samenleving? Om een beter democraat te zijn, betere beslissingen te nemen als

homo economicus, beter met onze planeet om te gaan, beter te leven.’

‘In 2020 zullen steeds meer ambitieuze media-organisaties maatregelen nemen om dit vertrouwen te versterken. En zij die daar het best in slagen, zullen de marktwinnaars zijn. Ik voorspel dus initiatieven die transparantie verhogen (*hoe kwam dit verhaal tot stand?*), die de (zelf)kritiek van de media bevorderen (meer gewicht voor de ombudsman), die de dialoog tussen media en hun gebruikers versterken, die de nuance en diepgang aanmoedigen (longreads), die de gebruiker van media serieus nemen, die niet alleen negatief maar ook positief nieuws verspreiden...’

‘Of is dat alleen maar wishful thinking? Zal de stroom van pulp en fake, van oppervlakkig en fastfood, van kortzichtig en kijkcijfers, van algoritmes en bubbles toch verder donderen? Ongetwijfeld wordt het een mengeling van beide. Maar wat ik hierboven beschreef zal, in het overdonderende geweld van oppervlakkigheid, steeds luider weerklinken. En daar ben ik blij om.’ (CM)

‘Nieuwe tool om diversiteit te bewaken’

Leen D’haenens

Hoogleraar Faculteit Sociale Wetenschappen
KU Leuven (Instituut voor Mediastudies)

‘Het Reuters Institute meldde onlangs progressie op het vlak van genderdiversiteit in de media. Minder goed is het nog altijd gesteld met de ideologische diversiteit. In ons DIAMOND-onderzoek stellen we de vraag of anno 2020 een veelheid aan media-aanbod nog voldoende is. De diversiteitskwestie is verschoven van de vraag *Is er voldoende diversiteit aan inhoud aanwezig?* naar *In welke mate heeft het publiek aandacht voor de aanwezige diversiteit aan inhoud?*



‘Als antwoord hierop lanceren we het concept responsieve diversiteit, dat de journalistiek herpositioneert in het spanningsveld tussen inhoudsdiversiteit, waarbij een zo groot mogelijke heterogeniteit qua inhoud wordt nagestreefd, en publieksdiversiteit, waarbij de media de belangen van verschillende bevolkingsgroepen vertolken. Dit houdt in dat journalis-

ten verantwoordelijk zijn (*be responsible*) voor het brengen

van een zo breed mogelijke waaier aan bronnen, feiten en opvattingen. Deze inhoud presenteren ze, rekening houdend met de diverse belevingswerelden van hun publiek (*to respond*). Het opnemen van verantwoordelijkheid betekent dat journalisten streven naar een gelijkke vertegenwoordiging van alle relevante zienswijzen over een nieuwsonderwerp. Responsiviteit houdt ook in dat ze zich cognitief openstellen voor de belevingswereld van hun publiek.’

‘Responsieve diversiteit bevat een paradox: de journalist laat een zo breed mogelijke waaier aan zienswijzen zien én houdt rekening met de specifieke zienswijze van diverse publieksgroepen. Er blijft dus een cruciale kritische verbindingsrol weggelegd voor journalisten. In 2020 gaan we met de informatici in DIAMOND verder met de ontwikkeling van een ‘tool’, de Diversity Checker, die journalisten moet helpen om die taak zo efficiënt mogelijk uit te voeren.’ (CM)

‘Digitalisering biedt ook veel mogelijkheden’

Renate Schroeder (55)
Directeur European Federation
of Journalists (EFJ)

‘Journalisten, en bij uitbreiding de journalistiek, staan internationaal én Europees voor ongeziene politieke, economische en maatschappelijke uitdagingen. Tegen de achtergrond van een opkomend nationalisme en extremisme zijn journalisten steeds vaker de kop van Jut en wordt heel vaak geprobeerd ze het zwijgen op te leggen.’

‘Op bedrijfseconomisch vlak moet het nieuwsbedrijf zich heruitvinden: de digitale advertentiekoek wordt voor 80% opgeslokt door de internetgiganten en de bereidheid om te betalen voor nieuws staat onder druk. Het plaatje oogt weinig fraai: toenemende concentratie, ontslagen en een informatiedeficit, zeker op het lokale niveau. Met de digitale transformatie, de wild om zich heen grijpende aandacht-economie, filterbubbels en de krappe deadlines neemt de polarisatie in onze samenleving toe. De vraag is hoe journalistieke deontologie als tool nog meer kan worden ingezet om *fake news* en polarisering te bestrijden. Ook kwaliteitsjournalistiek wordt door steeds meer beleidsmensen omarmd als buffer

tegen desinformatie. De wil om goede journalistiek te maken, is springlevend.’

‘De voortschrijdende digitalisering is ook een bondgenoot en biedt in menig opzicht belangrijke opportuniteiten als data-sharing en wereldwijde samenwerking. Nieuwe onderzoeks- en fact-check-tools, artificiële intelligentie, mobiele journalistiek, *audio journalism*, podcasts... de mogelijkheden zijn legio. Tegelijk houden ze de belofte in zich om de brug te slaan naar jonge nieuwsconsumenten.’

‘Tot slot moeten we ook ijveren voor een sterke openbare omroep, die in veel landen nog altijd een breed vertrouwen geniet en op veel plaatsen onder zware druk staat. Met heimwee achterom blikken, heeft geen zin. De uitdagingen zijn wat ze zijn, en we moeten ermee aan de slag. Journalistenverenigingen kunnen daar een sleutelrol in opnemen.’ (CM)



‘Niet meer elke dag krant op papier’

Brecht Decaestecker (40)

Hoofdredacteur
Het Laatste Nieuws

30.000 mensen te overtuigen om de krant digitaal te gaan lezen.’

‘Op het gevaar af open deuren in te trappen: iets wat al een tijd aan het gebeuren is, maar nu wellicht in een versnelling komt, is dat kranten meer dan ooit gaan inzetten op hun digitale abonnementen. 2020 zou wel eens het jaar kunnen zijn waarin de eerste krant geen kranten meer drukt van maandag tot vrijdag. Het zal niet *Het Laatste Nieuws* zijn, want daar worden in de week nog altijd 200.000 exemplaren van verkocht, wat nog altijd zeer veel is. Dat verkoopcijfer valt deels te verklaren door het oudere publiek van de krant. Maar een krant die in een bepaalde niche zit, met een jonger doelpubliek, zou wel eens kunnen beslissen om geen kranten meer te drukken als het aantal digitale abonnementen de overhand neemt. In dat geval wordt het simpelweg te duur om nog te drukken en moet er worden geprobeerd om de laatste 20.000 à

‘Ook als de krant nog niet wordt afgeschaft, wordt het digitale luik almaar belangrijker. De sites van populaire titels als *Het Nieuwsblad* en *Het Laatste Nieuws* zijn altijd belangrijk geweest en trekken toch zo’n 1,5 tot 2 miljoen unieke bezoekers per dag. Het blijft zaak om zoveel mogelijk van die bezoekers te overtuigen over te schakelen op een betalend abonnement. Dat kun je doen op twee manieren. Door alle nieuwscontent achter een pay wall te steken of, iets minder radicaal, door dagelijks een selectie van artikels betalend te maken. Het gaat dan om artikels die passen bij het nieuwsmerk en die natuurlijk gebruiksvriendelijk moeten worden aangeboden. Betalende abonnementen zijn de manier om kwaliteitsjournalistiek te financieren, want de digitale advertentie-inkomsten zullen naar Google en Co. blijven vloeien. Tegen dat gerichte advertentiemodel kunnen wij nu eenmaal moeilijk op.’ (CM)



‘Samenwerking openbare en private mediaspelers’

Benjamin Dalle (37)
Vlaams minister van Media (CD&V)

‘Natuurlijk zijn sociale media voor politici

‘Er is een tendens naar meer mediaconcentratie, en die zal zich mogelijk nog doorzetten. Veel daarvan heeft te maken met de integratie van mediaplatformen in crossmediale bedrijven, zoals DPG Media nu. Zo’n crossmedialiteit levert natuurlijk een interessant businessmodel op. Het is nu dus aan die nieuwe grote groepen om zelf, intern, een goede diversiteit te behouden. Een weg daarnaartoe is respect te betonen voor de onafhankelijkheid van de diverse redacties in hun schoot.’

‘Wat de VRT betreft, ijvert de Vlaamse regering, conform het regeerakkoord, voor een kwaliteitsvolle openbare omroep. Ook online, maar dan wel met een focus op video en audio. De VRT mag tekst aanbieden, maar met een link naar haar audiovisuele kerntaak. Overigens moeten openbare en private mediaspelers ook meer samen doen. Dat de VRT onder de nieuwe Vlaamse regering meer ‘staatszender’ zou worden, is absolute nonsens. Je kunt ministers welteverstaan niet beletten om een mening te hebben over een programma of een aanpak, dat zijn daarom nog geen instructies. Maar hoe dan ook staat de onafhankelijkheid van de redacties voorop.’

steeds belangrijker. En voor mij als minister van Media en ook Jeugd misschien nog meer. Ook ik communiceer dan ook veel langs die weg. Maar ook de klassieke media spelen nog altijd een grote rol. Mijn woordvoerder zegt me wel eens dat enkel de titel boven een stuk en de foto erbij van belang zijn, maar toch is het voor politici essentieel om ook in langere bijdragen nog stellingen te kunnen ontwikkelen.’

‘Fake news is een realiteit, en het is van alle tijden. Tegengewicht moet komen van kwaliteitsvolle journalistiek. Van de mediabedrijven verwacht ik dan ook dat ze blijven investeren hierin. Daarbij zijn ook goede technologieën nodig, die bijvoorbeeld deepfake video’s kunnen detecteren. Minstens even belangrijk is het bevorderen van mediawijsheid en digitale geletterdheid bij het grote publiek. Vandaar ook de blijvende steun van de Vlaamse overheid aan het Kenniscentrum Mediawijsheid, en de projecten en programma’s die dit opzet.’ (PD)



‘Woordvoerders hebben journalisten niet meer nodig’

Sara Vercauteren (41)

Docent bij Thomas More en woordvoerder van DPG Media. Ze doet deze voorspelling in eigen naam.

‘Woordvoerders hebben geen journalisten meer nodig. Een boutade uiteraard, maar toch.

Dankzij nieuwe technologieën zoals smartphones en sociale media kan hun nieuws even goed via eigen of sociale media naar hun doelgroep, zoals zij het willen, zonder kritische vragen, zonder journalistieke blik. Bovendien zijn woordvoerders en pr-bureaus met almaar meer, werken ze almaar professioneler en efficiënter en weten ze almaar beter hoe in te spelen op wat de pers wil.’

‘Laten woordvoerders journalisten dan volledig links liggen? In de praktijk loopt het zo’n vaart nog niet. Woordvoerders blijven vaak een beroep doen op journalisten, want ze blijven met hun grote massamedia uiteraard zeer relevant. Ze bereiken een groot en divers publiek én, belangrijk, ze geven geloofwaardigheid aan het nieuws dat een organisatie verspreidt. Een journalist die schrijft dat merk A het goed doet, is meer waard dan de eigen ‘social post’ van merk A daarover.’

‘Toch moeten we waakzaam zijn, want als samenleving hebben we journalisten meer dan ooit nodig. Juist omdat

we vaststellen dat woordvoerders, en dus hun organisaties, meer macht krijgen om hun eigen nieuws te maken en te

vertellen, is het belangrijk dat journalisten dit nieuws kritisch benaderen. Dat ze genoeg tijd en mankracht hebben om de promopraatjes van woordvoerders en hun organisaties te doorprikken. Dat ze fake news van echt nieuws kunnen onderscheiden.’

‘Ik ben geen doemdenker en kijk positief naar de toekomst. Ik geloof in integere woordvoerders die pleitbezorger zijn van transparantie in hun organisatie. Die niet enkel genoeg nemen met ‘hip hip hoera’-berichten op hun eigen (sociale) media, maar die ook graag de journalistieke check doorstaan. Ik geloof ook in de kracht van journalisten om die vernieuwde aanpak van woordvoerders en organisaties kritisch te bekijken, om manieren te vinden om voorgedrukt nieuws te controleren en de rol van vierde macht in onze samenleving ten volle te blijven spelen.’ (PD)



‘Community opbouwen rond sterke merken’



Xavier Bouckaert (44)
CEO Roularta Media Group

‘Door de consolidatie in de drukkerijsector zijn veel uitgeverijen gaan zoeken naar nieuwe partners om hun bladen te drukken. Ook vaktijdschriften en newsletters beschikken steeds minder over een eigen drukkerij. Op dit ogenblik zijn wij marktleider in de Benelux. Wij besteden nu een vijftiental contracten uit, maar beschikken na de ingebruikname van een nieuwe drukpers in november opnieuw over voldoende capaciteit.’

‘In 2020 focussen wij verder op onze sterke merken. Wij bouwen die uit door digitalisering, diversifiëring en ontwikkeling van nevenactiviteiten zoals lezersreizen en evenementen. Dankzij het hoge aantal abonnees en de data die wij daarover hebben, creëren wij een community rond die magazines. Met relevante informatie en nevenactiviteiten engageren wij ons heel specifiek tegenover hen. Voor *Libelle* is

dat vooral een vrouwelijk lezerspubliek, voor *Trends* is dat de zakenwereld.’

‘Hetzelfde geldt voor *De Tijd*, dat wordt uitgegeven door Mediafin, waarin wij participeren. Bij *De Tijd* is de digitalisering volop aan de gang. Ruim de helft van de abonnees is digitaal of combineert dat met print in het weekend, wat uniek is in België. Dit hybride leesgedrag zal zich verder doorzetten, zowel doorheen de dag als in het weekend. Wij merken ook dat lezers het gewend zijn om te betalen voor digitale content.’

‘Vanuit het publiek blijft de vraag naar nieuws en content groot. Alleen gaat men op een andere manier lezen. Door middel van het customer data platform kunnen wij de lezer én de adverteerder een gepersonaliseerd aanbod presenteren in functie van hun voorkeuren. Wij kunnen dat multi-platform invullen met online, print, audio en video. Dat biedt mogelijkheden voor creatief adverteren en een verdere groei van content marketing. Met dergelijke multi-aanpak onderscheiden wij ons van anderen.’ (GVL)



De originele foto van een groep asielzoekers (links) werd door Vlaams Belang-Kamerlid Wouter Vermeersch gefotoshopt om campagne te voeren tegen een asielcentrum in Koksijde (rechts). Foto Eric Flamand

Wat als... JOUW FOTO WORDT MISBRUIKT?

Het zal je als fotojournalist maar overkomen: een beeld van je wordt gefotoshopt en misbruikt voor haatzaaien op internet. Het auteursrecht vormt een krachtig wapen om daar wat aan te doen.

CHARLOTTE MICHILS & POL DELTOUR

Persfotograaf Eric Flamand was erbij toen een groep asielzoekers begin januari aankwam in Westouter, en hij maakte daar voor *De Krant van West-Vlaanderen* enkele beelden van. Groot was zijn verbazing toen hij één van die foto's terugzag op de Facebookpagina van Vlaams Belang-kamerlid Wouter Vermeersch, zij het verknipt en geplakt tegen de achtergrond van de luchtmachtbasis in Koksijde. Daar zou binnenkort een tijdelijk asielcentrum komen, en Vermeersch bediende zich van de beeldmanipulatie om daartegen politieke campagne te voeren.

Collega Kristof Vadino maakte zowat hetzelfde mee. In zijn geval ging het om een beeld waarmee hij de troosteloze situatie van migranten in het Brusselse Noordstation wilde uitdrukken. Vlaams Belang postte de foto op Facebook met de commentaren 'illegalen oppakken, opsluiten en het land uitzetten' en 'eerst onze mensen'. De post werd ruim 1.300 keer gedeeld.

Vooraf extreemrechtse partijen lijken een handje weg te hebben van het

manipuleren van beelden. Maar wellicht overstijgt het probleem de politieke grenzen.

SCHEIDING AUTEURSRECHT

De Krant van West-Vlaanderen ondernam intussen actie: ze eiste voor het misbruik van Eric Flamands foto excuses en een schadevergoeding (VB'er Vermeersch verwijderde het getrukeerde beeld intussen van zijn Facebookaccount). Ook de VVJ bekijkt samen met de getroffen beeldjournalisten wat te doen. Ten gronde vormen de fotomanipulaties een tweevoudige inbreuk op het auteursrecht. Om te beginnen wordt een oorspronkelijk beeld zonder toestemming - laat staan vergoeding - geëxploiteerd. Dat is een schending van de vermogensrechten van de auteur. Maar hier wordt het oorspronkelijke beeld ook nog eens vervormd, weg van het originele opzet en de geest van het werk. Op die manier worden ook de morele rechten van de auteur geschonden. In een bredere context verwordt een authentiek beeld aldus tot *fake news*. De inbreuk wordt alleen maar nog groter nu ze enge politieke doelen dient - haatzaaien en racisme - die haaks staan op wat de journalist beoogt, en dat is secuur verslag uitbrengen over dingen die gebeuren.

Een klassiek verweer is dan dat de beeldmanipulatie te zien valt als een karikatuur, parodie of pastiche - en dat vormt een uitzondering op het auteursrecht. Alleen snijdt dat verweer geen hout wanneer de pastiche of karikatuur

duidelijk politiek misbruik inhoudt van de morele rechten van een auteur.

TWEE PISTES

Dirk Voorhoof, hoogleraar mediarecht en auteursrechten, ziet twee gerechtelijke pistes om de misbruiken aan te klagen. Het meest voor de hand ligt een procedure voor de burgerlijke rechtbank, waarbij gevraagd wordt de inbreuk te stoppen - dus het beeld te verwijderen - en, voor zover er misbruik is geweest, dit te vergoeden. Te denken valt ook aan een dwangsom voor elke dag dat de inbreuk voortduurt.

Ook een strafrechtelijke procedure is mogelijk. Volgens Voorhoof valt althans de fotomanipulatie door VB'er Vermeersch onder de omschrijving 'namaking', wat een misdrijf is. Er is immers bedrieglijk of kwaadwillig opzet, met de verzwarende omstandigheid van manipulatie en schending van de morele rechten van de persfotograaf. Het Wetboek Economisch Recht bepaalt hierop straffen van één tot vijf jaar cel en 500 tot 100.000 euro boete.

Aan de fotojournalisten in de eerste plaats om de gepaste schadeclaims en/of strafklachten met burgerlijke partijstelling in te dienen. Voor zover ze hun auteursrechten hebben overgedragen aan een uitgever of een auteursrechtenvennootschap (SOFAM of JAM bijvoorbeeld), kunnen ook die laatste actie ondernemen. Ook de VVJ volgt de zaken op de voet en plant de nodige acties.

‘Het moet allemaal zo mainstream zijn’

NA DE BESPARINGEN IN DE CULTUURSECTOR: HOE BELANGRIJK ZIJN RECENSENTEN NOG?

Nu de Vlaamse overheid snoeit in de cultuursubsidies is het maar de vraag hoe belangrijk cultuurjournalistiek straks nog is. Volgens journalisten (van links naar rechts op de grote foto) Bert Hertogs, Inge Schelstraete, Roeland De Trazegnies en Dave Mestdach valt dat voorlopig best mee. ‘Er is een ruim aanbod aan cultuur in onze media, alleen jammer dat het allemaal zo mainstream moet zijn’, heet het. **POL DELTOUR & INGE STIERS**

Ze zijn gepokt en gemazeld in de cultuursector: Inge Schelstraete schrijft over popcultuur voor *De Standaard*, Dave Mestdach is de filmreferentie van *Knack* en *Knack Focus*, Roeland De Trazegnies verdiende zijn sporen als eindredacteur van onder meer *Culture Club* op Radio 1 en Bert Hertogs is bezieler van outsider *concertnews.be*. Terwijl sommige politici cultuur enkel maar zien als 'een put waar je geld in gooit', nemen zij het vurig op voor meer aandacht en respect. En maken ze graag tijd voor het meten van de polsslagen van de Vlaamse cultuurjournalistiek zelf. Een panelgesprek in vier thema's.

HET AANBOD

Roeland: 'Ik maak graag een onderscheid tussen de verslaggeving van de cultuuractualiteit en het verslaan van het cultuuraanbod. De *policy* op de VRT is: 'Cultuur is overal', waardoor er minder per thema wordt gewerkt.

Cultuur wordt in de hele programma-tie gestopt, terwijl er tien jaar geleden nog plaats was voor een aparte cultuurbiootoop. Dat verklaart bijvoorbeeld ook het verdwijnen van *cobra.be*.'

Bert: 'Ik mis *cobra.be*, omdat de VRT daar ook zijn archief ontsloot en dat is een archief dat geen enkele andere zender heeft. Het verdwijnen van *cobra.be* is voor ons ook de aanleiding geweest om breder te gaan in onze verslaggeving. Wij zijn sindsdien meer podiumkunsten en film gaan brengen. Tot mijn grote vreugde overigens, want ik vind dat je daar meer kan over vertellen dan over concerten.'

Inge: 'Daar ben ik het niet mee eens. Toen ik film deed, werd er ook tegen mij gezegd: 'Dat moet fijn zijn, want over een film kan je veel zeggen. Daar is een verhaal.' Maar wat er bij een concert op een podium gebeurt, daar zit ook een verhaal achter. De meeste artiesten staan ook wel ergens voor. Los daarvan: *De Standaard* heeft een cultuurkatern, maar daarin proberen we net als de VRT heel breed te gaan. Zowel de operatiefhebber als verzamelaars van graphic novels moeten aan hun trekken komen.'

Kan dat wel, zo divers zijn en toch gedegen journalistiek brengen?

Inge: 'Nee, het is onbegonnen werk om dat allemaal goed te doen en ik denk dat dat bij *cobra.be* ook een probleem was. Er wordt wel eens lacherig gedaan over onze 'veertigduizend' freelancers, maar als je zo breed wil gaan, heb je zowel iemand nodig die gespecialiseerd is in strips als iemand die alles kent van

comedians. Ik pleit er niet voor om dat aanbod te verengen. Toen ik begon, bestond er nog zoiets als hoge en lage cultuur, maar dat is uit de tijd. Cultuurjournalistiek dijt alleen maar uit. Politici verwijzen naar films, films maken verhalen over politiek, studenten schrijven thesissen over superhelden in de cinema...'

Roeland: 'Daardoor wordt cultuur ook een interessant onderwerp voor algemene duidingsprogramma's.'

Inge: 'En halen cultuur en wetenschap ook steeds vaker de frontpagina's.'

Roeland: 'Tegelijk is het een verlies dat er nog weinig cultuurspecifieke programma's zijn, want daardoor komen sommige producties jammer genoeg niet meer aan bod: ze zijn gewoon te specifiek. Als er geen link meer is met politiek of economie, vallen ze uit de boot.'

Inge: 'Juist. Neem nog maar de Franse film. Het moet al een uitzonderlijke goede zijn voor hij in zoveel Vlaamse zalen komt dat onze filmrecensent er aandacht aan kan schenken.'

Bert: 'Ook mij valt het op hoe weinig interesse er in Vlaanderen is voor wat er over de taalgrens gebeurt. Op concerten van bijvoorbeeld een Mylène Farmer ben ik vaak de enige Vlaamse journalist.'

Mogen we het zo samenvatten dat er wel voldoende aandacht is voor cultuur, maar dat die heel mainstream is? Voor niches en experimenten is er amper plaats.

Dave: 'Mag ik er toch op wijzen dat de term 'niche' thuishoort in de ornithologie, en niet in de media? Eten, drinken, slapen en naar het toilet gaan doen we allemaal, al de rest is niche. Dat leidt tot eindeloze discussies. En inderdaad: hoe specifieker iets wordt, hoe moeilijker het is om het nog in de media te krijgen. Het mag niet meer gaan over de muziek zelf, maar over wie het doet met wie. Niet meer over de

cinematografie, maar alleen over het verhaal. Dat is een trend die mij stoort.'

Bert: 'Zeker als steeds meer media dan ook nog eens gaan meten hoe een stuk heeft gescoord en hoeveel bereik het online had. Die data hebben steeds meer invloed op het aanbod. Anderzijds: twaalf jaar geleden zijn wij begonnen met operarecensies, en ook al is dat in principe maar voor een kleine groep liefhebbers bestemd, toch zien we het aantal lezers doorheen de jaren stijgen. We mogen ons dus niet blindstaren op de dingen die nu scoren. Of omgekeerd: niet allemaal tegen één bepaalde film zijn, omdat dat lekkere clickbait is, zoals bij *Cats*. Ik vond dat géén slechte film, en dat heb ik ook geschreven. Je moet niet altijd meedoen met de rest.'

Dave: 'Nee, want het is beter om te investeren in je profiel dan in hits. Ik zeg het altijd bij wijze van boutade: laten we rustig blijven en hopen dat het internet straks weer verdwijnt, tot de hype weer over is. Aan dergelijke clickbaitstukken heeft op termijn niemand wat. Ook commercieel niet. Je werkt er de McDonaldisering van de media alleen maar mee in de hand, en Big Macs smaken overal hetzelfde, maar kosten niet overal evenveel.'

Biedt het internet dan geen enkele meerwaarde voor cultuurjournalistiek?

Inge: 'Toch wel. Een krant heeft een beperkt aantal pagina's, maar het web is eindeloos. Dat zorgt ervoor dat er ook plaats is voor dingen die maar een klein publiek hebben. Ik vind het heel prettig om te zien dat één van mijn online stukjes over zo'n niche-onderwerp toch door veel mensen tot op het einde is gelezen. Dan heb ik mijn doel bereikt.'

Dave: 'Maar het is wel een must dat de online redactie dezelfde boodschap brengt als de print, en omgekeerd. Want nu heb ik soms het gevoel dat de online vitrine Toyota's verkoopt, terwijl er binnen alleen maar Mercedesen staan die boven je budget zijn. Waarmee ik wil zeggen dat beide redacties een congruent verhaal moeten vertellen. Het is belangrijk dat mensen meteen weten naar welke media of welke sites ze moeten als ze iets over die specifieke acteur of regisseur willen lezen. Blijkt Alain Resnais overleden? Wel, dan surf je

naar *Knack*, ook al weet je dat zo'n stuk minder goed gaat scoren dan een artikel over de *nip slip* van Jennifer Lopez, al dan niet met bijbehorende foto.'

BETAALDE EXPERTEN OF VRIJWILLIGERS?

Roeland: 'Er wordt bij de VRT niet meer geïnvesteerd in mensen die recensies kunnen maken. Alleen bij Klara vind je ze nog, want zij maken er nog ruimte en geld voor vrij. We hebben ook lang bekende mensen recensies laten maken, zoals de opera-stukken van Kurt Van Eeghem, maar sinds hij met pensioen is, zijn ook die verdwenen en wordt er niet naar opvolging gezocht.'

De VRT mag van de overheid ook geen longreads meer publiceren en moet zich houden aan audiovisuele content. Een goede zaak voor de andere media?

Inge: 'Ik denk dat mijn directie daar wel voor zal zijn, want anders is de VRT een concurrent. Maar persoonlijk wil ik gewoon meer goede recensies en longreads zien, ongeacht waar die staan. Ik vind het ook vreemd en een beetje zorgwekkend dat de politiek zich daarmee bemoeit.'

Bert: 'Men heeft gewoon partij gekozen voor de private kranten en magazines die het gratis VRT-aanbod als concurrentie zien, zeker nu zij steeds meer achter een betaalmuur zitten, zoals nu ook de recensies van *De Morgen*. Maar 61 procent van onze lezers zijn jonger dan 34, zij willen daar niet allemaal voor betalen. Tieners en twintigers halen hun informatie bij sociale media of Google. Ik vrees dus dat een groot deel van het publiek niet wordt bediend. Zij moeten het hebben van VRT, VTM, of wat ze vinden op Google.'

Inge: 'Hoe kan *Concertnews* dan zijn content gratis aanbieden?'

Bert: 'Dat komt omdat ik dit in bijberoep doe, en wij werken met vrijwilligers. Ik vergelijk het graag met de vrije radio's in de jaren tachtig, met dat verschil dat wij elkaars frequentie niet verstoren. Maar je zit wel met dezelfde uitdagingen: er zijn veel andere zuivere online spelers, de



Bert: 'Je moet niet altijd meedoen met de rest.'

Dave: 'Nee, want het is beter om te investeren in je profiel dan in hits.'

advertentie-inkomsten zijn beperkt en je moet het hebben van vrijwilligers. Veel websites draaien op studenten, met als gevolg dat ze in juni en december – de maanden dat er net veel producties en concerten zijn – weinig of geen content hebben. Websites die toch overschakelen op een betaalmiddel, moeten er na een tijdje mee kappen. Wij zijn zo slim om onze kosten zo laag mogelijk te houden en ons niet te meten met een medium als *De Standaard*, dat een enorm grote pool aan freelancers met elk hun eigen specialisme heeft.'

Dat is dan toch een keuze die je als medium maakt. Uitgevers kunnen inzetten op fictie of buitenlandse overnames, maar ook op hun journalistieke aanbod, onder meer door freelancers goed te betalen.

Inge: 'Absoluut. Je moet durven investeren in journalistiek. Ik zie de collega's van *De Morgen* veel overnemen uit *De Volkskrant*, maar ik vind dat geen goede zaak. *De Morgen* heeft minder freelancers, minder eigen journalistiek, en ik denk dat dat op termijn zal afgestraft worden. Lezers willen journalistiek van eigen bodem.'

Dave: 'Zeker in de cultuur- en de sportjournalistiek doet men nogal eens beroep op enthousiaste vrijwilligers en liefhebbers, mensen die al blij zijn dat ze gratis naar een wedstrijd of een concert mogen. Maar dat biedt geen garantie voor de kwaliteit van hun bijdrage. Ik vind dat ook postmoderne slavernij. Als mensen een bijdrage schrijven, moeten ze daarvoor betaald worden, punt.'

Bert: 'Wij zouden onze vrijwilligers ook heel graag betalen, maar dat kunnen we simpelweg niet, net zoals veel collega-websites. Ik ben ervan overtuigd dat gratis journalistiek ook kwaliteitsvol kan zijn. Zeggen dat betalende journalistiek per definitie goed is omdat er voor betaald moet worden, lijkt me wat kort door de bocht. Net zoals cultuur zelf moeten cultuur- en bij uitbreiding opinie-journalistiek zoveel mogelijk mensen bereiken. Daarom vind ik het bizar dat dit alles steeds meer achter een betaalmuur wordt gestoken. Laagdrempeligheid kan mensen ertoe aanzetten om bijvoorbeeld ook eens naar een opera te gaan.'

Roeland: 'Ook bij de VRT is er een tekort aan freelancers. Wij hebben



politieke commentatoren die hun werk goed doen, die mooi ter taal zijn, die bekend zijn. Bij de sportjournalisten idem dito. Maar op cultuur hebben we dat niet. De cultuurredactie telt geen tien mensen. En zij worden ook meer en meer opgeslorpt door de algemene redactie, waar ze dan ook nog iets moeten inlezen over wetenschap of een voice-over moeten doen bij een schoolbezoek van de koning. Door al die nevenopdrachten kunnen ze hun specialisme minder perfectioneren.'

ONAFHANKELIJKHEID

Dave: 'Als cultuurjournalist ben je nooit honderd procent onafhankelijk van film- of platenmaatschappijen. Je moet altijd onderhandelen om aan je informatie te geraken. Je raakt nu eenmaal niet zomaar tot bij Martin Scorsese. Maar dat betekent niet dat je je moet gedragen als een cheerleader met een perskaart. Ik vind het echt onwaarschijnlijk wat er allemaal verschijnt. Ik noem geen namen, maar de dag dat ik een *fist bump* geef aan een regisseur lever ik mijn perskaart in.'

'De dag dat ik een *fist bump* geef aan een regisseur, lever ik mijn perskaart in'

Dave Mestdach

Inge: 'Heb jij een selfie van jezelf met een bekende mens?'

Dave: 'Een paar, maar alleen uit beleefdheid. Dan heeft die bekende mens meteen ook een selfie met mij.' (lacht)

Inge: 'Ik heb er niet één. Maar ik heb wel een paar getekende cd's omdat de artiest in kwestie zelf zei: 'Zal ik dit voor jou signeren?'' (lacht)

Dave: 'Soms vragen redacties zelf aan een journalist om zo'n selfie met de artiest. Dat vind ik hallucinant. Kritische reflectie vraagt afstand en terughoudendheid. Cultuurjournalisten zijn geen fanboys, of erger nog: influencers.'

Bert: 'Aan de andere kant is die foto wel het bewijs dat je die artiest effectief hebt geïnterviewd. Bij websites als de onze wordt nogal snel gezegd: 'Jaja, het zal wel.' Maar ik ga er wel mee akkoord dat als je echt fan bent van iemand, je over hem of haar best geen recensie schrijft.'

Inge: 'Klopt. Als ik schrijf: 'Dit was een slecht concert', krijg ik steevast de reactie: 'Als je het niet interessant vindt, ga dan niet.' Maar dat is het punt niet. Je stuurt een journalist niet naar een concert van iemand die hij haat, maar als je superfan bent, kan je ook beter thuisblijven, want dan is je oordeel ook niet helder. Het is een constante oefening.'

Een recensie kan toch nooit helemaal objectief zijn?

Inge: 'Nee, want dan schrijf je alleen: 'Hij speelde die nummers en hij had zo'n pak aan.' En dat is saai. Cultuur draait grotendeels om emoties en die zijn altijd subjectief. In een recensie bekijk je iets vanuit je brede ervaring en

probeer je iets interessants te zeggen over wat die emoties doen: dit verbaast mij, dit maakt mij kwaad, daarom en daarom. Als mensen die hetzelfde concert hebben meegemaakt dan zeggen: 'Ah ja, dat voelde ik ook, maar ik kon het alleen niet zo goed uitleggen', heb je een goede recensie geschreven.'

Bert: 'Wat doet het met mij, wat doet het met het publiek? Dat moet je proberen te vatten. En, heel belangrijk: een goede recensie wordt pas geschreven nadát je de voorstelling hebt gezien. Er zijn journalisten die erin slagen om hun recensie online te krijgen nog voor de laatste noot is gespeeld. Die stukken zijn dan gebaseerd op vorige shows, of op wat er al in de media is verschenen.'

Roeland: 'Voor tv hangt een goede recensie ook vast aan een *personality* die zoiets geloofwaardig kan brengen. Dat hoeft geen BV te zijn, maar die persoon moet wel autoriteit hebben waardoor de kijker hem als referentie kan gebruiken.'

Dave: 'Maar laat dat dan wel een echte expert zijn, iemand zoals Jo Röpkcke vroeger. Hij werd onmiddellijk geassocieerd met cinema, hij was dé filmpaus. Net als Patrick Duynslaegher na hem. Een recensie is uiteraard per definitie subjectief, geschreven vanuit de expertise, visie en smaak van een individu. Vandaar de noodzaak aan diverse experts. Ik merk wel dat kunstwerken alsmaar vaker worden beoordeeld op basis van het wereldbeeld dat ze reflecteren, en de mate waarin dat overeenstemt met dat van de beschouwer, in plaats van op hun artistieke merites. Dat brengt de kritische reflectie eveneens in het gedrang. Het zorgt voor smaakfascisme en conformdenken, voor copy-paste-journalistiek waarin de luidste, domste of grootste slaafs wordt gevolgd.'

Hoe groot is de druk van film- en platenmaatschappijen?

Inge: 'Wij krijgen vaak te horen: 'Je mag x interviewen maar we willen wel weten hoeveel regels je gaat schrijven.' Dan hebben wij bij *De Standaard* de luxe om te zeggen: 'Dan maar niet.' Ik garandeer niks, eerst dat interview doen. Dat kan immers een heel slecht gesprek zijn waarvoor een halve pagina



'Je stuurt een journalist niet naar een concert van iemand die hij haat, maar als je superfan bent, kan je ook beter thuisblijven'

Inge Schelstraete

volstaat. Maar aan die praktijken merk je wel hoezeer je agenda toch wordt bepaald door dergelijke grote firma's.

Dave: 'Dat is een onaangename trend die het internet nog heeft versterkt. Online heb je een jungle van meningen en fora die de macht van de grote spelers alleen maar groter heeft gemaakt. Natuurlijk zijn er goede bloggers en natuurlijk zijn er goede onlinestukken, maar wie claimt dat het internet voor een democratisering zorgt, is ziende blind en schuldig naïef.'
Bert: 'We worden ook tegen elkaar

uitgespeeld. Die grote firma's willen zoveel mogelijk media-aandacht. Kylie Minogue geeft één interview, dus dat wordt een handeltje. Wat wil de VRT geven, wat *Het Laatste Nieuws*? Ah, de beste deal is MNM, want die willen een hele dag in het teken van Kylie Minogue stellen. En dus gaat het interview naar hen. Met *Concertnews* kunnen wij daar alleen maar naar kijken. Enkel als alle massamedia 'nee' hebben gezegd, krijgen wij een kans. Heel soms zit daar nog wel iets moois tussen. Maar dan zijn de persverantwoordelijken al redelijk wanhopig en gaan ze ons nog wat extra pushen om toch maar iets te doen. Best vervelend.'

Inge: 'Hoe je het ook draait of keert, voor die aanbieders zijn onze stukken natuurlijk altijd ergens gratis reclame. Een pagina advertentie kopen, kost meer dan een journalist naar Londen of Parijs uitnodigen. Plus, dat laatste geeft meer dekking, want meer mensen laten zich leiden door een artikel dan door een advertentie.'

Het toppunt van reclame zijn natuurlijk die minirecensies waarin vijf sterren worden uitgedeeld. Hoe ernstig zijn dergelijke stukjes nog?

Inge: 'Ik moet de eerste journalist nog tegenkomen die daar fan van is. Zelf geef ik met tegenzin sterren.'

Dave: 'Die sterren zijn maar een

eyecatcher, de essentie is de tekst. Een recensie moet informeren, educeren, amuseren en ideeën provoceren, en om aan die vereisten te kunnen voldoen, heb je een minimum aantal tekens nodig. Maar het is een kwalijke evolutie dat die teksten steeds meer haiku's worden in plaats van recensies. Ik denk er soms aan om ze te bundelen. Wie weet win ik er ooit een poëzieprijs mee.'

Bert: 'Een artikel moet toch altijd lang genoeg zijn om diepte te hebben. Het grootste verwijt dat wij de afgelopen twaalf jaar hebben gekregen, is dat onze artikels niet *snackable* zijn, dat ze veel te lang zijn. Onze stukken zijn altijd minstens één uitgetikte A4. Het langste ooit was tien pagina's, maar dat ging dan ook over *Mount Olympus* van Jan Fabre, dat 24 uur duurde.'

Roeland: 'Ik heb ook een grondige hekel aan die sterrenstukjes, maar ik merk dat een doorsnee lezer daar wel blij mee is. Hij wil één theaterstuk zien of één goed boek meenemen op vakantie en hij heeft geen tijd om al die recensies te lezen. Die mensen willen in de weekendkrant in één oogopslag zien naar welke tentoonstelling ze moeten. Krijgt er een drie sterren en een andere vijf, dan gaan ze naar de laatste. Klaar.'

Bert: 'Maar dan leun je wel heel dicht aan bij dat reclame maken. Bij dergelijke stukjes gebeurt het ook vaak dat je je goed gemikte quote opeens terugvindt op reclameaffiches, al dan niet met jouw toestemming. Helemaal *tricky* wordt het als je op persreis bent geweest en al op weg naar huis een sms krijgt van de persverantwoordelijke met de vraag om hem tegen die datum een quote en je aantal sterren door te sturen. Dan moet je op je hoede zijn. Natuurlijk, een persreis is niet gratis en ze willen er iets voor terug krijgen. Maar als je het een rotslechte voorstelling vond, moet je dat nog altijd kunnen en durven zeggen.'

Dave: 'Uiteraard speel je dat spel ergens mee, maar je mag je nooit laten leiden als een marionet. En je moet best wel sterk in je schoenen staan om je onafhankelijkheid te bewaren. Ik los dergelijke vragen vaak op met een kwinkslag. Dan zeg ik tegen zo'n persverantwoordelijke: 'Dit is mijn rekeningnummer, wees gul van beurs.' *For the record:* ik heb nog nooit wat bijverdiend.' (lacht)

HET CULTUURBELEID

Inge: 'Ik zie in de politiek een groot dedain tegenover de culturele wereld. Geert Wilders die in Nederland zegt: 'Kunstsubsidies, dat is een linkse hobby.' Zo iemand heeft geen affiniteit met cultuur. En dat hoeft voor mij ook niet, ik heb ook geen affiniteit met voetbal. Maar daarom ga ik nog niet zeggen dat er niet mag geïnvesteerd worden in voetbalvelden, want ik zie wat dat betekent voor anderen. De partijen die nu aan de macht zijn, lijken te zeggen dat mensen die van cultuur houden niet tot hun kiezers behoren. *Quod non.* Dat is absolute onzin.'

Bert: 'Ik ben geschrokken van de aangekondigde besparingen, want Vlaams minister-president Jan Jambon staat toch bekend als een cultuurliefhebber die naar de opera gaat. Volgens mij heeft hij zich mispakt. Ondertussen heeft hij de projectsubsidies trouwens weer wat opgetrokken, ik zie daar een mogelijke bocht in en blijf dus optimistisch.'

Inge: 'Toch blijft het frappant dat onze minister van Cultuur ook de minis-

ter-president is. Ik vind cultuur geen departement dat je er zomaar 'eventjes bijneemt'. Er zijn al te veel cultuurministers gepasseerd die geen affiniteit hadden met het onderwerp, noch een visie erover.'

Roeland: 'Er is ook nooit iemand geweest die tijdens de verkiezingen al zei dat hij of zij cultuurminister wilde worden. Het is een portefeuille die op het einde wordt verdeeld. Jambon had zich veel beter tijdens de campagne al duidelijk geout als cultuurliefhebber.'

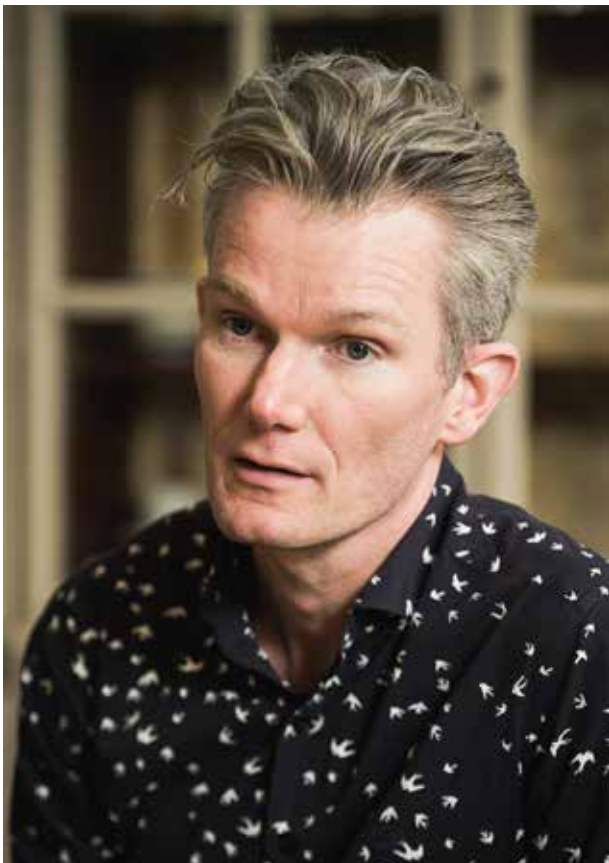
Dave: 'Dat specialisme vind ik niet zo belangrijk. We hebben trouwens ooit een cultuurminister met een visie gehad: Joseph Goebbels. (*lacht*) Ik zou het al heel goed vinden als er iemand met gezond verstand en fatsoen die functie opneemt en de budgetten beheert.'

Inge: 'Er wordt al heel lang in de politiek gedacht: 'Cultuur, dat is alleen maar een put waar je geld in gooit.' Maar de minister die dat nu luidop zegt, mist niet alleen de boot, maar ook de auto, het vliegtuig, de tgv en de raket. We leven in een werelddeel waar geen mineralen zijn en waar we het

moeten hebben van innovatie en creativiteit. En die creatievelingen, dat zijn dan die 'zotten' die na hun uren boeken schrijven. Cultuur is al een sector waar met heel weinig middelen heel veel wordt gemaakt. Dan kan je niet zeggen: 'Probeer nóg maar wat creatiever te zijn.' Bovendien zijn er heel veel mensen die in de culturele sector werken, denk aan uitgeverijen bijvoorbeeld. Vijf jaar geleden waren dat er maar liefst 35.000.'

Dave: 'Vervang daarom het woord 'subsidie' door 'investering' en je krijgt al een heel ander discours. Als cultuur een put is, dan leert onderzoek na onderzoek dat elke euro die je erin gooit, er minstens drie oplevert. Investeren in cultuur is niet alleen goed management. Het is ook goed voor de werkgelegenheid en de geestelijke volksgezondheid. De laatste keer dat ik gecheckt heb, zo rond verkiezingstijd, waren dat nog altijd taken voor de overheid.'

Inge: 'Precies! Kijk naar Zuid-Korea, waar de overheid beslist heeft om te investeren in de kunsten. Oké, dat leverde dan een hoop platte K-pop op, met twaalf synchroon dansende jongens en meisjes, maar waarom heeft Zuid-Korea dat gedaan? Omdat ze investeerden in technologie en daar hadden ze content voor nodig. Nu leveren ze muziek, series en films aan China, wat een markt is van 1,4 miljard mensen! Of neem Denemarken, dat investeert in series als *The Killing* en *Borgen*. Die krijgen 500.000 euro per aflevering, maar het resultaat is wel topdrama dat je kan exporteren. Dát is visie. Politici snappen ook niet dat als een platenfirma geld verdient met grote mainstreambands, ze die winst kunnen gebruiken om te investeren in kleine groepen die iets raars proberen. Wat dan mogelijk ook weer een succes wordt, en hoe dan ook nieuwe stijlen en vondsten oplevert die de mainstreambands gebruiken. Dat politici die wisselwerking niet inzien, getuigt van een totale kortzichtigheid. Net nog krijgen we hier de evolutie binnen van het bezoekersaantal van de musea voor Schone Kunsten: van 615.000 bezoekers in 2009 naar bijna 1,1 miljoen vorig jaar. Dan kan je toch niet meer zeggen dat cultuur alleen iets voor ingewijden is.'



Roeland De Trazegnies: 'De VRT-cultuurredactie telt geen tien mensen.'

© James Arthur

Journalistiek empo

9 REDENEN WAAROM HET INTERNATIONAL JOURNALISM FESTIVAL DE MOEITE LOONT

De grootste journalistieke bijeenkomst in Europa - intussen toe aan haar veertiende editie - staat voor de deur. Deze negen voordelen maken het International Journalism Festival in Perugia (Italië) nogal uniek. **LINDA A. THOMPSON**

1. KRITISCHE BLIK

Net zoals heel wat andere journalistieke conferenties en projecten wordt het International Journalism Festival (1-5 april) gesponsord door Facebook en Google News Initiative. In tegenstelling tot pakweg de News Impact Summits staat dat kritiek op die techmecenassen niet in de weg. Vorig jaar werd zo een collectief van Europese journalisten uitgenodigd dat heeft onderzocht hoe Google financiering van journalistieke projecten doelbewust gebruikt als een soft power instrument.

2. À LA CARTE BIJSCHOLING VOOR FREELANCERS

Als freelancer ben je zelf verantwoordelijk voor je bijscholing. Zeker *inzelgangers* die niet samenwerken met freelance-collega's of niet regelmatig op een redactie vertoeven, zorgen er best voor dat ze hun vaardigheden en kennis regelmatig bijschaven. Net daarom is Perugia een must voor freelancers. Als je je festivalparcours vorig jaar bijvoorbeeld goed uitstippelde, was je aan het eind van het festival mee met de globale journalistieke actualiteit en had je workshops over mobile journalism apps, datajournalistiek en AI-tools achter de kiezen.

3. VOOR IEDER WAT WILS

De vorige editie van het festival was goed voor zo'n 650 sprekers en 280 festivalsessies. De klemtoon ligt op paneldebatten, maar je kan even goed naar workshops en theatervoorstellingen gaan, een documentaire zien, deelnemen aan een ochtendwandeling om betere foto's te leren nemen, of aanschuiven voor één van de keynote speeches. Vorig jaar werden die o.a. gegeven door de Italiaanse misdaadjournalist Roberto Saviano en Matthew Caruana Galizia, de zoon van de vermoorde Maltese onderzoeksjournaliste.

4. DE EENVOUD

Geen gedoe met badges of inschrijvingen op deze conferentie. Als je een debat wil bijwonen, moet je gewoon opdagen. Voor sessies met erg populaire sprekers schuif je best al een kwartier op voorhand aan. Alle debatten worden live gestreamd en na afloop op de festivalwebsite gepost.

5. HELEMAAL GRATIS

Het festival is helemaal gratis. Voor vlucht en verblijf ben je wel tussen de 200 en 300 euro kwijt. Maar je kan ook proberen de conferentie als spreker of moderator bij te wonen. Iedereen kan namelijk een voorstel voor een debat of workshop indienen via de festivalwebsite. Hoewel sprekers niet worden vergoed, betalen de organisatoren wel voor hun transport en accommodatie. Bereid je echter voor op stevige concurrentie. Dit jaar ontvingen de organisatoren al liefst 550 voorstellen vanuit heel de wereld voor de 231 sessies.



weren in Perugia

6. UITGEKIENDE PROGRAMMATIE

Het festival probeert de journalistieke wereld in al haar diversiteit te belichten. Vorig jaar was 49% van de sprekers vrouwelijk, waarmee Perugia veel andere conferenties het nakijken geeft. En hoewel het merendeel van de sprekers uit Europa en de VS komt, doen de programmatoren hun best om ook journalistieke trends, projecten en invloedrijke figuren uit andere continenten te belichten. Vorig jaar tekenden de Filipijnse Maria Ressa van Rappler, de Pakistaanse freelancer Taha Siddiqui en Mercy Juma van BBC Africa zo present. De organisatoren leggen zichzelf ook een ambitieus quotum op: 50% van de sprekers mag niet eerder hebben gesproken op het festival. Dat betekent dat je niet steeds hetzelfde groepje *usual suspects* hoort dat steevast zijn opwachting maakt op andere bijeenkomsten. Of had jij al van *FactCzech*, *The Local* en *Zetland* gehoord?

7. NETWERKEN, NETWERKEN

Hoewel het festival honderden journalisten trekt, voelt het tegelijkertijd erg klein aan. Omdat de meeste deelnemers en sprekers de volle drie dagen blijven en je elkaar voortdurend tegen het lijf loopt, zijn plannen voor een koffiedate snel gemaakt. Zeker als je naar één van de kleinere debatten gaat, waar je soms met maar 10 mensen in de zaal zit. Dat maakt het erg gemakkelijk om op sprekers af te stappen en te vissen naar samenwerkingsmogelijkheden. Probeer dan ook een programma uit te stippelen zodat je zoveel mogelijk debatten bijwoont met sprekers met wie je contact wil leggen.

8. ACTUELE THEMA'S

Vorig jaar programmeerden de organisatoren vijf debatten over #metoo. Desinformatie en fake news, klimaat-journalistiek en nieuwe businessmodellen kwamen dat jaar ook volop aan bod. Het is nog gissen waar de klemtoon dit jaar op zal liggen, aangezien het definitieve programma pas op 1 maart bekend wordt gemaakt. Maar met kleppers zoals Rachel Donadio van *The Atlantic*, Dodai Stewart van *The New York Times*, en Phil Chetwynd van *Agence France-Press* ziet de line-up er alvast veelbelovend uit.

9. DE SETTING

Het festival vindt plaats in het Italiaanse Perugia, een historische universiteitsstad op twee uur ten noorden van Rome. Dat betekent adembenemende vergezichten, prachtige kerken en charmante kronkelende straatjes. Al de festivalsessies gaan bovendien door in één lange straat waardoor zelfs de twee verste festivallocaties op slechts 10 minuten wandelafstand van elkaar liggen.

Vanuit Charleroi vliegt Ryanair rechtstreeks op Perugia. Je kan ook naar Rome reizen en van daar verder met de bus of de trein.

Meer info:
journalismfestival.com



**INTERNATIONAL
JOURNALISM
FESTIVAL**
PERUGIA, ITALY | 1-5 APRIL 2020
NOV EDITION | FREE ENTRY



VVJ Antwerpen luidt 2020 in met bezoek aan Antwerps provinciehuis



VVJ Antwerpen kon dit jaar voor haar nieuwjaarsreceptie een beroep doen op de provincie Antwerpen, die sinds kort over een nieuw provinciehuis beschikt. Provinciaal gedeputeerden Luk Lemmens (N-VA) en Ludwig Caluwé (CD&V) vergastten de VVJ-leden op een zowel informatieve als gastronomisch verzorgde avond. Het nieuwe provinciehuis is een toonbeeld van duurzaam, compact en toegankelijk bouwen. Naast een kantoorfunctie heeft het gebouw ook een congrescentrum, en errond is een openbare tuin aangelegd.

In zijn nieuwjaarstoespraak legde voorzitter Kevin Major van VVJ Antwerpen de vinger op enkele pijnpunten in de Vlaamse mediasector anno 2020. Hij wees op de aanhoudende mediaconcentratie, die redacties doet smelten en tot minder diversiteit leidt. 'Tegelijk verliezen journalisten hierdoor hun job, en is er voor de blijvers meer werk te doen, wat zich vaak uit in negatieve werkdruk.' Ook de recente gebeurtenissen bij de VRT stemmen volgens Kevin niet tot optimisme.

Kevin Major verliet onlangs de VRT om een muzikale carrière uit te bouwen. Hij blijft wel presentatiewerk doen en debatten leiden. Op vraag van de afdeling blijft hij ook VVJ Antwerpen leiden. (PD)

FOTO'S RONNY MEYERS EN MONICA MORITZ



Kevin Major, die eind vorig jaar de VRT verliet om zijn muziekcarrière uit te bouwen, blijft wel VVJ Antwerpen leiden.



Van links naar rechts: VVJ-bestuursleden Monica Moritz, Gui Van Roosbroeck en Paul Van Landeghem.



De nieuwjaarsreceptie vond plaats in het nieuwe provinciehuis in de Koningin Elisabethlei in Antwerpen.

Bereik met één advertentie 3.000 Vlaamse journalisten

- Ⓞ Uw bedrijf, overheidsdienst of vereniging op de kaart zetten?

- Ⓞ Een product in de aanbieding dat journalisten kan interesseren?

- Ⓞ Een vacature voor een journalist of communicatieverantwoordelijke in de aanbieding?

- Ⓞ Uw persdienst voorstellen of nieuwe contactgegevens delen?

- Ⓞ Via de communicatieplatformen van de VVJ bereikt u in een oogwenk 3.000 Vlaamse journalisten en ruim duizend andere geïnteresseerden.



Ⓞ **In het magazine**
6x per jaar een spraakmakend blad

Ⓞ **Online**
Bekijk onze volledig vernieuwde website

CHRISTELIJK OPINIEWEEKBLAD 'TERTIO' BESTAAT 20 JAAR

'Een blad zonder gezicht heeft geen toekomst'

Op 16 februari 2000 kwam het eerste nummer van het christelijke opinieweekblad *Tertio* uit. Wij spraken met Emmanuel Van Lierde, sinds 2007 redacteur en sinds 2017 hoofdredacteur, over twintig jaar *Tertio*.

SELMA FRANSSEN

Hoe is *Tertio* ontstaan?

'*Tertio* werd opgericht door journalisten en leken die vonden dat er iets loos was in het medialandschap. Media met katholieke roots, zoals *De Standaard*, lieten door de secularisering steeds minder de stem van christenen horen. Ook plande de eerste paars-groene regering nieuwe ethische wetgeving, onder meer rond euthanasie. *Tertio* wilde tegenwicht bieden, vertellen hoe christenen naar maatschappelijke vraagstukken kijken. Dat maakte onze scope meteen breed: alles uit het menselijke leven gaat ons aan.' 'Ook willen we verdieping bieden en inspireren. Zo sluit elke editie af met een portret van een meestal onbekend persoon, die zich geïnspireerd door het geloof inzet voor kerk of samenleving. Dat is al 20 jaar zo, 48 nummers per jaar. Tot slot zijn we een bron van informatie voor andere media, zij kunnen bij ons terecht met vragen over kerknieuws. Of de focus veranderd is in die twintig jaar? Eigenlijk niet. Ons *mission statement* is nog altijd hetzelfde.'

Het medialandschap veranderde de afgelopen twee decennia wel zeer snel.

'Toch geloof ik dat mensen altijd in een hoekje met een boekje zullen zitten. Er is toekomst voor papier, want *slow journalism* leest nu eenmaal fijner in

gedrukte vorm. Omdat we print willen promoten, maken we op onze site maar één artikel per week beschikbaar en het digitale abonnement is vooral bedoeld voor missionarissen en andere buitenlandse abonnees.'

Hoe bereiken jullie nieuwe lezers?

'Onze oplage is al zeven jaar stabiel met 6.000 stuks. De jaren daarvoor was er een lichte daling door de pedofilie-schandalen in de kerk. Vorig jaar groeiden we: er kwamen 150 abonnees bij. Onze oudere lezers, vaak tachtig- en negentigjarigen, vallen weg, maar er is zeker sprake van verjonging. Bij *Tertio* moet je dan denken aan 45-plussers die geconfronteerd worden met levensvragen en die verdieping zoeken. Ze komen *Tertio* tegen bij lezingen en cursussen. Voor ons geen grote campagnes; aanwezigheid bij evenementen en vriendenacties werken goed.'

Wat onderscheidt *Tertio*?

'Er is vandaag een maatschappelijke tendens om onder de eigen kerktoren te leven, maar wij reiken juist een brede

blik en internationale perspectieven aan. Vorig jaar trokken we bijvoorbeeld naar Ierland, waar we onderzochten of de *troubles* zouden kunnen terugkeren door de Brexit. Of denk aan de vele christelijke vluchtelingen die naar Vlaanderen komen en het geloof hier een impuls geven. Met onze artikels daarover helpen we de misvatting de wereld uit dat de meerderheid van de vluchtelingen moslim is en de kerk dood. De kerk is voortdurend in beweging en het is echt niet overal crisis.'

Wat waren voor u hoogtepunten?

'Het is *tout court* een voorrecht om journalist te zijn, al is het een verslavende en veeleisende job. Ik geniet vooral van de bijzondere ontmoetingen, met als hoogtepunt mijn gesprek met paus Franciscus. Hij geeft zelden een interview. De ontmoeting verliep zonder protocol. De paus zat ontspannen aan zijn bureau en maakte grapjes, gaf zijn volledige aandacht. Alsof je bij opa zit te babbelen (*lacht*). Het interview werd wereldwijd opgemerkt



en wordt nog geciteerd, best bijzonder voor een klein Vlaams medium. Het dook zelfs op in het boek *Verzet en rede in tijden van nepnieuws* van Susan Neiman, omdat de paus scherpe kritiek uitte op het functioneren van de media. Hij zei – in nogal grove bewoordingen in het Spaans, die we aanvankelijk niet begrepen – dat journalisten ervan houden de beerput te lichten en dat lezers smullen van die schandalen. Ik was bang dat het Vaticaan dat zou schrappen, maar er werd niets gecensureerd.’

Hoe interpreteert u die kritiek?

‘De paus verwacht dat journalisten zich inzetten voor waarheid en rechtvaardigheid. Daar streeft *Tertio* ook naar, door nuance te tonen in tijden van polarisatie, door de ander te portretteren als naaste en door kritisch te kijken naar de manier waarop we omgaan met onze aardbol. Voor *Tertio* is deze paus een geschenk: hij trekt zich veel maatschappelijke thema’s aan en laat zien dat de kerk iets te zeggen heeft.’

Was er ook een dieptepunt?

‘Ik schreef als redacteur al over misbruik binnen de kerk in het buitenland en toen barstte ook bij ons de bom, in 2010. Ik ben twee jaar intensief met dat dossier bezig geweest, elke week was er een nieuwe gruwel. Ik heb het daar persoonlijk heel moeilijk mee, ik kan de rapporten bijna niet meer lezen, ik walg ervan. Als christelijk opinieweekblad zit je dan in het defensief en dat is niet comfortabel. Dat thema is niet weg en het gaat niet om enkele rotte appels. De kerk moet bereid zijn ook de systeemfouten onder de loep te nemen. Daar blijft *Tertio* op aandringen. Hoe kunnen we herhaling voorkomen? Hoe creëren we gezonder leiderschap, waarbij geestelijken niet op een piëdestal staan, maar er toch respect is?’



Emmanuel Van Lierde: ‘Ook 45-plussers met levensvragen zijn onze doelgroep.’

Hoe zit het met onafhankelijkheid, kan *Tertio* vrijelijk over zulke onderwerpen schrijven?

‘Het is niet leuk voor sommigen in de kerk, maar men staat open voor onze kritiek omdat *Tertio* spreekt vanuit goede bedoelingen. Ik noem ons een ‘kritische loyale stem’. Wat financiering betreft, zijn we een onafhankelijke coöperatieve, waarvan de helft van de inkomsten komt uit abonnementen, de rest uit giften van bijvoorbeeld families, kloosters en bisdommen.’

Wat is de belangrijkste les die u leerde als mediamaker?

‘Ik geloof niet dat *Tertio* moet proberen de groeiende groep vage zinzokers aan te spreken, dan zouden we onze eigenheid verliezen. Een blad zonder gezicht heeft geen toekomst, want dan vinden mensen wel hun gading op internet. Nee, media moeten trouw blijven aan hun missie en daarin kwaliteit bieden. Daarnaast is het cruciaal te investeren in journalisten die het veld in gaan en eigen, unieke bijdragen maken.’

De rapporten over misbruik door de kerk, ik kan ze niet meer lezen. Ik walg ervan

Wat zijn uw plannen voor het volgende decennium?

‘Er is nu eerst onze verjaardag die voorbereiding vroeg. Daardoor zijn er nog geen grote plannen voor daarna. Soms moet je gewoon voortdoen zoals je bezig bent. Blijven bestaan en je lezerspeil stabiel houden is vandaag al een hele uitdaging.’

Tertio viert het jubileumjaar met een evenement in elke provincie en met de publicatie van het boek ‘Welkom in Rome. Kruispunt van de wereldkerk’ van Emmanuel Van Lierde.

JOURNALISTEN IN DE HOOFDROL

Official Secrets

In deze politieke thriller, op waargebeurde feiten gebaseerd, focust de Zuid-Afrikaanse filmer Gavin Hood aanvankelijk op de 28-jarige Katherine Gun (Keira Knightley). Als vertaalster werkt zij bij de GCHQ, een afdeling van de Britse geheime dienst. Met lede ogen merkt zij hoe de bevolking in de VS en in de UK een oorlog met Irak in wordt gelogen. Voor waar verkondigen Bush jr. en Blair dat Irak over massavernietigingswapens beschikt en dat de toenmalige Iraakse dictator Saddam Hoessein banden met de terreurgroep Al-Qaeda zou hebben.

Via via lekt Katherine Gun in 2003 een nota van de NSA, de Amerikaanse geheime dienst, naar de Britse zondagskrant *The Observer*. In de memo wordt gevraagd om

zes neutrale leden van de Veiligheidsraad van de Verenigde Naties te bespioneren met als doel hun stemgedrag over een mogelijke invasie in Irak te beïnvloeden. Chanteren om een illegale oorlog door te drukken, zo vindt Gun.

Bij *The Observer* besluit een journalist zich in de zaak vast te bijten. De persoonlijke gevolgen voor klokkenluidster Gun zijn evenwel niet niks, ook al omdat ze is getrouwd met een Turkse Koerd die eerder werd uitgewezen. Van dan af verschuift het perspectief vooral naar de redactie van de krant. Daar laaien de

discussies tussen voor- en tegenstanders van een invasie in Irak hoog op.

Kort nadien vallen de VS en de UK Irak binnen. Zowel Katherine Gun als de redactie van *The Observer* ervaart dat als een persoonlijk falen. *Official Secrets* haalde vier filmawards en daarnaast nog vier nominaties binnen. Dat zegt genoeg over de moeite die het loont om de film te zien, zeker voor een journalist.

FREDDY SARTOR

Official Secrets, vanaf 5 februari in de bioscoop



Mr Jones

Met *Mr Jones* leverde de Poolse cineaste Agnieszka Holland een journalistenfilm pur sang af. Over een journalist die in zijn eentje zware strijd moest leveren om de waarheid uit te brengen.

De held van dit op ware feiten gebaseerde verhaal is de 27-jarige Welshe journalist Gareth Jones. Begin jaren 30 van vorige eeuw was hij erin geslaagd om als eerste buitenlandse journalist de pas verkozen Rijkskanselier Adolf Hitler te interviewen. Terug thuis had Jones iedereen voor Hitler gewaarschuwd en de Tweede Wereldoorlog omzeggens voorspeld. Maar hij werd ronduit uitgelachen, tot in het Britse parlement toe.

Zijn journalistieke honger was niet gestild. Jones wilde ook Stalin, de sterke man van de Sovjet-Unie, uitvragen, meer bepaald over diens economisch mirakel. Hoe was de communistische leider erin geslaagd om het agrarische Sovjet-Unie zo snel de industriële 20ste eeuw binnen te loodsen? En met welk geld? Op eigen houtje reisde Jones af naar Moskou, waar hij zag hoe de Amerikaanse journalist Walter Duranty van *The New*

York Times allerlei privileges genoot. Vandaar trok hij naar Oekraïne. Wat hij daar zag, was amper met woorden te beschrijven: mensen die boomschors aten, of mensenvlees van overleden familieleden... Graan was er niet, want dat werd massaal uit Oekraïne naar Moskou getransporteerd. Miljoenen Oekraïners stierven op die manier in 1932-33 de hongerdood, ook bekend als de *Holodomor*. Toen Jones met zijn verhaal uitpakte, werd hij door geen enkele krantenredactie geloofd. Duranty in het bijzonder werkte hem tegen. Vervolg op het scherm.

FAKE NEWS

Agnieszka Holland levert met *Mr Jones* een boeiend stuk cinema af, over hoe dictaturen maar ook kritiekloze en opportunistische journalistiek verantwoordelijk kunnen zijn voor desinformatie en fake news.

Voor de fijnproevers nog dit.. In de film hoor je in een *voice-over* de stem van George Orwell voorlezen uit zijn roman *Animal Farm*. Het was dan ook Jones' verhaal dat Orwell inspireerde tot deze klassieker in de wereldliteratuur.

FREDDY SARTOR



De VVJ /AVBB organiseert een exclusieve vertoning van de film *Mr Jones*, op donderdag 12 maart om 19.30 u in cine Palace in Brussel (Anspachlaan 85).

De toegang is gratis voor VVJ-leden en -sympathisanten. Wel graag vooraf inschrijven via www.journalist.be.

UITNODIGING AAN ALLE VVJ-LEDEN

Algemene Vergaderingen VVJ-AVBB

ZATERDAG 15 FEBRUARI 2020 VANAF 10U

HUIS VAN DE JOURNALIST, ZENNESTRAAT 21 IN BRUSSEL

PROGRAMMA

9.30u Onthaal met koffie

- 10 u Algemene vergadering AVBB
Agenda:
1. Activiteitenverslag 2019, voorgesteld door de covoorzitters.
 2. Debat over actuele dossiers.
 3. Financiën: rekeningen 2019 en begroting 2020
 4. Varia.

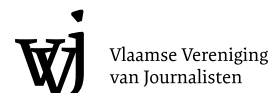
- Aansluitend Algemene vergadering VVJ
Agenda:
1. Activiteitenverslag 2019, voorgesteld door de voorzitter.
 2. Debat over actuele dossiers
 3. Financiën: rekeningen 2019 en begroting 2020
 4. Varia

VOOR WIE?

De algemene ledenvergaderingen van VVJ en AVBB omvatten alle leden die lidgeld betaalden voor 2020. Leden die erkend zijn als beroepsjournalist (werkzaam bij zowel de algemene nieuwsmedia als de vakpers) hebben stemrecht. Andere VVJ/AVBB-leden (stagiairs, journalisten in bijberoep/persmedewerkers, oud-journalisten/ereleden, houders van een T-kaart, studenten en docenten in journalistiek) kunnen de algemene vergadering bijwonen zonder stemgerechtigd te zijn.

MODEL VAN VOLMACHT

Maximaal 5 volmachten per aanwezig lid.



Ondergetekende,

stemgerechtigd lid met erkenningsnummer N

geeft hierbij volmacht aan

om in zijn/haar naam te stemmen op de A.V. van VVJ en AVBB van 15 februari 2020.







FOTOGRAAF
NICOLAS MAETERLINCK

Gemaakt voor *Belga*
op 19 december 2019

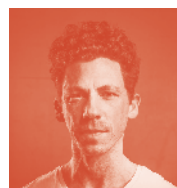


FOTO GEKOZEN DOOR
JIMMY KETS
FOTOGRAAF

'Me Tarzan, you Jane. Een tafereel in de zoo met een diersoort naar keuze. Poppenkasttheater. Deze prachtige foto van Nicolas Maeterlinck roept vele zaken op. Het laatste wat het beeld voor mij oproept, is serieuze politiek waar een mens vertrouwen in kan hebben. Dat vind ik zeer betreurenswaardig.'



PIETER KNAPEN,
SECRETARIS-GENERAAL EN
OMBUDSMAN, OVERLOOPT
DE RECENTSTE UITSPRAKEN

De Raad voor de Journalistiek heeft de afgelopen twee maanden vier uitspraken gedaan. Twee over voorinzage, één over het recht op vergetelheid en een laatste over de klacht van N-VA politicus en gewezen voorzitter van het Vlaams Parlement Kris Van Dijck tegen *P-Magazine.be*.

DOSSIER 2020/01

KRIS VAN DIJCK TEGEN P-MAGAZINE.BE

De twee artikels waartegen van Kris Van Dijck een klacht indiende, gaan over zijn tussenkomst als parlementslid bij de federale minister van Werk voor een escortdame met wie hij volgens het eerste artikel 'meer dan een prostituee-klantrelatie' had. Volgens Van Dijck schenden de artikels zijn privacy en beschuldigen ze hem van medewerking aan sociale fraude. *P-Magazine* verwijst naar de persvrijheid en de vrijheid van meningsuiting en zegt dat de feiten kloppen en de privacy niet geschonden is. De Raad besliste als volgt.

AANTASTING VAN DE PRIVACY

Het feit dat klager als politicus in het kader van een privérelatie is tussengekomen bij de minister van Werk is journalistiek relevant en het behoort tot de redactionele vrijheid om erover te schrijven. Klager is een publiek figuur en in het privéleven van publieke figuren kunnen er elementen zijn die een invloed kunnen hebben op hun publieke functies. De Raad is van oordeel dat dit het geval is en dat het maatschappelijk belang van de berichtgeving opweegt tegen het privébelang van klager. De klacht is op dit punt ongegrond.

WAARHEIDSGETROUWHEID EN ONGEGRONDE VERDACHTMAKINGEN

Klager zegt dat de artikels onwaarheden en lasterlijke aantijgingen bevatten. Hij wijst op de titel van het eerste artikel en de mail bij het tweede, maar maakt verder niet duidelijk welke feitelijke fouten er in de artikels zouden staan. Hij zegt wel dat de artikels in hun geheel de indruk wekken dat hij zich schuldig gemaakt zou hebben aan sociale fraude. De indruk van fraude wordt gewekt door de suggestieve titel bij het eerste artikel ('Vlaams Parlementsvoorzitter betaalde meisje van plezier met uw centen') in combinatie met enkele zinnen, zoals: 'KVD meent dat 'Escort Lynn' ook daar (=FSO) nog wat kan lospeuteren' en 'als hij zijn maîtresse aan onterechte centjes helpt van zaken die uiteindelijk door de belastingbetaler gefinancierd worden, dan vinden we dat toch een beetje grof' (opnieuw geparafraseerd in het tweede artikel). Deze zinnen kunnen de indruk wekken dat klager op de hoogte was van de mogelijke frauduleuze constructie rond het bedrijf E-Media op het

moment dat hij contact nam met de minister, wat de Raad niet kan uitmaken, maar wat *P-Magazine* ook niet aannemelijk maakt. Ook de titel dat klager een meisje van plezier betaalde met belastinggeld wordt op geen enkele manier gestaafd door de inhoud van het artikel en ook hiervoor haalt de journalist geen elementen aan die dit kunnen onderbouwen, terwijl het om ernstige verdachtmakingen gaat. De Raad is van oordeel dat de klacht op dit punt gegrond is.

De Raad kan de echtheid van de mail bij het tweede artikel (over een tussenkomst bij een ziekenfonds) niet beoordelen, maar wijst er wel op dat bij de beoordeling van dergelijke documenten extra voorzichtigheid geboden was omdat de journalist naar eigen zeggen het dossier gekregen had van iemand uit de naaste politieke omgeving van klager, waardoor hij er rekening mee moest houden dat zijn bron mogelijk wou afrekenen met klager.

WEDERHOOR

De journalist heeft klager vóór publicatie van zijn artikels geen kans op wederhoor gegeven, wat nochtans essentieel was gezien de ernstige beschuldigingen die de eer en goede naam betreffen. De klacht is op dit punt gegrond.

De klacht is ongegrond wat de schending van het privéleven betreft en gegrond wat de overige punten betreft.

DOSSIER 2019/42 EN 2019/41

AFSPRAKEN ROND VOORINZAGE

Afspraken over voorinzage leiden geregeld tot discussie, wat nochtans vermeden kan worden. Belangrijk om weten is dat voorinzage niet moet. Het is geen recht van de geïnterviewde en geen plicht voor de journalist. Het is gebaseerd op een afspraak. Wie afspreekt om voorinzage te geven, moet dat wel naleven. Daarom is het volgens de code belangrijk om duidelijk en ondubbelzinnig af te spreken waarover het precies gaat.

'De titel dat klager een meisje van plezier betaalde met belastinggeld wordt op geen enkele manier gestaafd door de inhoud van het artikel'

DUIDELIJKE AFSPRAKEN NIET NAGELEefd

Joyce De Troch diende een klacht in tegen *Dag Allemaal* omdat in de inleiding van een interview werd gezegd dat ze ooit veroordeeld werd voor fiscale fraude, terwijl dat niet in de tekst stond die de journalist haar vooraf had doorgestuurd.

De Raad verklaarde de klacht gegrond omdat - zoals *Dag Allemaal* erkent - was afgesproken om het hele artikel, inclusief titel, inleiding en tussentitels, vóór publicatie voor te leggen aan De Troch. Dat is gebeurd, maar daarna heeft de eindredactie de inleiding gewijzigd en het element over de veroordeling wegens fiscale fraude toegevoegd. Die gewijzigde versie is, ondanks de gemaakte afspraken, niet meer voorgelegd aan De Troch. De Raad is van oordeel dat de gemaakte afspraken over voorinzage niet zijn nageleefd, wat niet strookt met het tweede lid van artikel 21 van de code.

Daarnaast herinnert de Raad er in zijn uitspraak aan dat de journalist geen afspraken maakt die zijn onafhankelijkheid in het gedrang brengen, zoals bepaald in het eerste lid van artikel 21 van de code.

De Troch vond ook dat *Dag Allemaal* haar privacy geschonden had, maar op dat punt is de klacht ongegrond. De loutere vermelding van de veroordeling voor fiscale fraude schendt de rechten en privacy van De Troch niet en er zijn geen redenen waarom daar niet meer naar verwezen zou mogen worden. Een veroordeling wegens fiscale fraude is geen pure privé aangelegenheid en bovendien is klaagster een publiek figuur die geregeld, ook in het betwiste artikel, met haar privéleven naar buiten treedt.

ONDUIDELIJKE AFSPRAKEN WEKKEN VERKEERDE INDRUK

Ook de klacht van een gewezen medewerkster van een dierenasiel in Brugge tegen *Krant van West-Vlaanderen* ging over voorinzage. Er was een afspraak over voorinzage, maar de versies van klaagster en de journalist over wat die precies inhield, spreken elkaar tegen. Volgens *Krant van West-Vlaanderen* stuurde de journalist de tekst enkel door ter informatie, volgens klaagster beloofde hij dat de tekst als zodanig gepubliceerd zou worden. De Raad kan niet uitmaken wat precies werd overeengekomen, maar stelt wel vast dat de journalist zijn tekst doorstuurde onder de titel 'Dit wordt het artikel'. Daarmee gaf hij klaagster, die weinig mediaervaring heeft, de indruk dat de tekst als zodanig, met inbegrip van haar mening, gepubliceerd zou worden, wat niet gebeurd is. De Raad oordeelt dat de afspraken over voorinzage niet zijn nage-

leefd en merkt in zijn uitspraak op dat dit voorkomen had kunnen worden door duidelijk te maken dat er nog aanpassingen zouden kunnen gebeuren door de eindredactie en door de afspraken duidelijk en on-dubbelzinnig te maken.

DOSSIER 2020-02

RECHT OP VERGETELHEID

Burgers roepen het recht op vergetelheid niet alleen in tegenover zoekmachines zoals Google, maar ook tegenover nieuwssites. Klager wilde dat *Nieuwsblad.be* twee foto's van 2013 en 2015 van een viergeslacht in zijn familie, met zijn intussen zesjarige dochter, zou verwijderen. *Nieuwsblad.be* weigerde dat, waarop de man een klacht indiende.

Ongegrond, oordeelt de Raad, omdat het maatschappelijk belang van het archief in dit geval zwaarder doorweegt dan de vraag van klager om de foto's te laten verwijderen. Het maatschappelijk belang van het archief geldt voor het geheel en voor alle types van artikelen, inclusief over faits divers en alledaagse onderwerpen. Verder, zegt de Raad, gaat het om positieve en niet controversiële familiefoto's waarbij de familiale context niet gewijzigd is en die destijds op uitdrukkelijke vraag en met toestemming van een familielid gepubliceerd zijn.

LEES DE
VOLLEDIGE
UITSPRAKEN OP
WWW.RVDJ.BE

GOEDELE VERMAELEN

VROEGER

Reporter bij 'Karrewiet'
op Ketnet

NU

Stafmedewerker
Gesprekskwaliteit bij Awel

A woman with dark, wavy hair is sitting in a brown wicker chair on a balcony. She is wearing a black turtleneck sweater, dark jeans, and white sneakers with a rainbow stripe on the side. She is looking towards the camera with a slight smile. The background shows a balcony railing and a brick building across the way.

**‘Als journalist
werk je met mensen.
Ik beseft dat nu
meer dan ooit’**

GOEDELE VERMAELEN WERD STAFMEDEWERKER BIJ JONGERENTELEFOON AWEL

'Tets meer dan tien jaar geleden voltooid ik het postgraduaat Journalistiek voor radio en tv aan de Erasmus-hogeschool Brussel. Ik presenteerde al bij Studio Brussel en kon daarnaast aan de slag als algemeen verslaggever bij *Het Journaal* op de VRT. Ik voelde me aangetrokken tot de journalistiek door de afwisseling. Ik hield er echt van om op pad te gaan met de cameraploeg en die drive van de deadline te voelen. Elke dag werk je met een grote ploeg aan een nieuw verhaal. Om de stress te relativiseren, ontwikkel je met je collega's een onnozele humor. Soms tot op het vervelende af, maar meestal heel leuk (*lacht*).'

'In 2009 begon ik bij *Karrewiet*, waar ik tien jaar zou blijven. *Karrewiet* maakt nieuws met en voor kinderen, waardoor ik dagelijks korte ontmoetingen had met jongeren. Daaruit groeide het verlangen om diepgaandere gesprekken te voeren – gesprekken voor televisie blijven vaak kort en oppervlakkig. Onder andere door competitie met andere zenders en programma's neemt het tempo in de mediawereld toe. Snelheid lijkt soms verward te worden met kilheid. Het is moeilijk om menselijk te blijven als het snel moet gaan.'

'Op een redactie zitten vaak vurige, gedreven karakters samen. Heerlijk! En soms wat spannend ook (*lacht*). Het valt me op hoe weinig tijd er is om stil te staan bij hoe er met elkaar wordt omgegaan. Terwijl je in die job de hele tijd intens moet samenwerken met elkaar. Achteraf gezien denk ik dat ik er al vanaf het begin naar snakte om meer met 'de essentie' te kunnen bezig zijn. Trager en echter. En dat verlangen bracht me enkele jaren geleden bij mijn opleiding tot therapeut. Intussen werk ik als vrijwilliger bij Tejo, waar ik therapie geef aan kinderen en jongeren. Voordien was ik al vrijwilliger bij

jongerentelefoon Awel – een organisatie waar ik een heel groot hart voor heb. Intussen zijn daar 400 vrijwilligers die dagelijks via chat, telefoon en forum luisteren naar kinderen en jongeren met een vraag, een verhaal, een probleem. Het moet fantastisch zijn om een baan bij Awel te hebben, dacht ik nog.'

'Als journalist was ik ook al bezig met: wat is een goed gesprek, ook voor de geïnterviewde?'

'Inmiddels was *Karrewiet Plus* afgeschaffd. Dat waren langere human-interestitems van tien minuten, die ik echt graag maakte. Ik begreep wel waarom het format verdween, maar ik miste het heel erg om wat meer in de diepte te kunnen gaan. Ik zag een functie bij Awel, als Stafmedewerker Gesprekskwaliteit. Ik solliciteerde en kon in april 2019 beginnen. Toen ik de job kreeg, heb ik echt gejuicht. Het voelde gewoon heel juist en fijn om die stap te zetten en om echt stil te staan bij 'wat is een goed gesprek?' Ook omdat ik met deze baan een bijberoep zou kunnen uitbouwen als stemactrice. Ik zat niet langer in de knoop met de journalistieke code, waardoor ik nu ook reclames kon inspreken. Ik had die vrijheid nodig.'

'Mijn ervaringen uit de journalistiek komen goed van pas bij Awel. Ik heb

bij *Karrewiet* zoveel gesprekken gevoerd met kinderen en jongeren, ook achter de schermen. Als journalist was ik ook al bezig met: wat is een goed gesprek – niet alleen voor de kijker, maar ook voor de geïnterviewde? Wat maakt dat een kind zich veilig voelt? Hoe kan ik een kind tegen zichzelf beschermen als het ineens voor de camera staat? Op andere aspecten van mijn nieuwe job was ik niet voorbereid: ik heb jaren van deadline naar deadline gewerkt. Op lange termijn denken is nieuw voor me.'

'Ook mijn werkuren zien er vandaag anders uit. Ik werk veel thuis en ik werk korte dagen. Mijn langste werkdag voor Awel duurt 5,5 uur. En toch doe ik nog altijd veel: in mijn bijberoep ben ik één van de netstemmen van Canvas en lees ik audiodescripties voor Ketnet in, ik volg een intensieve opleiding tot therapeut, en werk bij Tejo. En ik heb een dochter van 1 jaar oud. Ook al probeer ik sinds mijn exit uit de journalistiek wat meer rust in te bouwen, mijn interesseveld blijft groot en ik blijf van de veelheid genieten. Wat dat betreft zal ik altijd een beetje journalist blijven (*lacht*). Soms mis ik de pittigheid van mijn oude job, het niet weten wat je die dag gaat doen. Maar tegelijkertijd wil ik er ook niet naar terug.'

'Als ik vandaag naar de journalistiek kijk, besef ik vooral hoe veel je als journalist met *mensen* werkt. Dat is niet altijd zichtbaar: lees je op de radio een bericht voor over een doodgereden peuter, dan moet je een seconde later overschakelen op iets anders. De journalisten die ik bewonder, zijn dan ook zij die erin slagen om samen met collega's de menselijkheid te bewaren.'

Opgetekend door Selma Franssen

OPROEP 1.

Lezers die voor dit blad **frisse ideeën** hebben, zijn daarmee meer dan welkom op info@journalist.be. Ook voor de uitwerking van interviews, reportages of servicebijdragen kunnen we altijd extra krachten gebruiken.

OPROEP 2.

Bpost heeft ons de voorbije maanden lelijk in de steek gelaten. Al te veel leden meldden ons dat ze, na betaling van hun bijdrage voor 2020, niet de gepaste documenten (stagiaarskaart, validatievignet voor de perskaart, NMBS-formulier) kregen. Daarom aan iedereen de oproep om na te gaan of onze verzending wel goed is toegekomen. De VVJ diende intussen samen met de Franstalige zustervereniging AJP een klacht in bij bpost.

Kleine ode aan **Pirana**, cartoonist met als echte naam Leon Van de Velde. Hij overleed op 19 januari, 72 jaar oud, aan kanker en via euthanasie. Pirana tekende voor *Het Volk*, *Panorama*, *P-magazine*, *'t Pallieterke*, *De Zwijger* en *Penthouse*. Dat noemen we een veelkantig iemand.

Op 3 februari verhuisde de **VTM-redactie** van Vilvoorde naar het nieuwe gebouw van DPG Media vlak bij het Antwerpse Centraal Station. De redactie van *VTM Nieuws* vervoegt daar nu ook fysiek die van *Het Laatste Nieuws*, waarmee ze kort geleden al operationeel opging in het multimediale platform News City. VTM begon 31 jaar geleden met uitzenden vanop de Mediaaan in Vilvoorde.

ONDER EMBARGO



Intussen moet de VTM-redactie het met nog maar eens een nieuwe, zij het bekende hoofdredacteur doen: **Nicholas Lataire**. De vorige, **Klaus Van Isacker**, is na amper zeven maanden dienst door zijn redactie naar de uitgang geduwd. **Pieter Dumon** van *De Morgen*, die zelf ook zijn stek heeft in het DPG-gebouw in Antwerpen, schetste op basis van (anonieme) VTM-getuigenissen een nogal onluisterend portret van Van Isacker. 'Autoritair en gebrek aan visie', zo luidde de vette kop boven Pieters stuk. Klaus Van Isacker is door News City-directeur **Paul Daenen** nu weer ondergebracht op de plaats waar hij vandaan kwam: de magazinepoot van DPG Media. Hopelijk lopen al die mensen elkaar toch niet te rap tegen het lijf daar in het nieuwe DPG-gebouw.

De Krant van West-Vlaanderen gaat *Het Belang van Limburg* achterna. Uitgever Roularta heeft er sinds 10 januari een breed-provinciale krant van gemaakt, die voorop uitpakt met gemeenschappelijk nieuws uit

heel West-Vlaanderen. Pas daarna volgt voor de vijf deeleedities (voorheen nog acht) lokaal nieuws. 'Met de switch willen we meer het West-Vlaamse communitygevoel aanspreken', aldus redactiedirecteur **Pascal Kerkhove**. 'Dat is er wel degelijk, net zoals in Limburg.' *De Krant van West-Vlaanderen* blijft wel een weekkrant, die op vrijdag uitkomt. Digitaal pakt ze weliswaar ook tijdens de week stevig uit met lokaal nieuws.



De nieuwe hoofdredacteur van *De Krant van West-Vlaanderen* is **Bart Casteleyn**, voordien was hij al adjunct. Het magazine dat bij de krant steekt, wordt geleid door **Thalisa Devos**. **Jan Degoe** is, na 21 jaar *Het Laatste Nieuws* en vervolgens een jaar nieuwsmanager van *De Zeewacht* te zijn geweest, nu als regiomanager verantwoordelijk voor de vijf edities van de *Krant van West-Vlaanderen*.

N-VA politicus **Kris Van Dijck** dient een schadeclaim in tegen

P-Magazine, dat hem op 11 juli betichtte van betrokkenheid bij sociale fraude gepleegd door een escortdame. De Raad voor de Journalistiek beoordeelde die berichtgeving als deels niet correct (zie *elders in dit blad*), en Van Dijck wil die uitspraak nu uitspelen voor de burgerlijke rechtbank. Kris Van Dijck, die eerder in opspraak was gekomen wegens dronken rijden, nam onmiddellijk na de publicatie in *P-Magazine* ontslag als voorzitter van het Vlaams Parlement – een functie die hij 24 dagen had uitgeoefend.

Twee journalisten van *De Standaard*, **Marjan Justaert** en **Christof Vanschoubroek**, hebben de derde Persprijs van de **Orde van Vlaamse Balies (OVb)** gekregen. De OVb lauwerde hun artikelenreeks getiteld 'De onzichtbare macht', waarin ze onthullen hoe advocaten en academici als 'ghostwriter' worden ingehuurd om wetten te schrijven. 'De reeks biedt inzicht in een weinig bekend maar karakteristiek gegeven van onze rechtsstaat', aldus het juryrapport. 'Hoe dan ook is meer transparantie nodig, want dat krachten buiten het parlement worden ingeschakeld om wetteksten te schrijven, kan wel degelijk tot belangenconflicten leiden.'

Nog tot 14 februari organiseert de vzw **En-GAJE** een tentoonstelling van foto's en getuigenissen van en over journalisten die als vluchteling in België zijn terechtgekomen. Dat is ook de doelgroep waarvoor En-GAJE, een organisatie die mee door de VVJ wordt ondersteund, zich inzet. De tentoonstelling vindt plaats in Escale du Nord, cultureel centrum in Anderlecht (Kapelaanstraat 1). Een bezoekje

biedt je meteen de gelegenheid één of meer journalisten in ballingschap te ontmoeten.

Wijkblad *Gazet van Zurenborg* moet voortaan zonder hoofdredacteur **Swa Collier** (70) verder. Swa neemt de bemoeienissen van de raad van beheer achter het magazine niet. 'Het journalistieke principe van redactionele onafhankelijkheid schend je niet', zegt hij. Het tweemaandelijks magazine *Gazet van Zurenborg* berichtte de jongste tijd regelmatig over overlast voor de buurtbewoners op de Dageraadplaats in Antwerpen, nachtlawaai en sluikestorten meer bepaald. Een paar lokale horecazaken namen dat niet en trokken hun advertenties in het blad in. Swa wilde daarop ingaan in een volgende editie, maar toen vroeg de raad van beheer om voorafgaande inzage van zijn tekst. Waarop Swa dus de eer aan zichzelf hield.

Voor de agenda's: op 26 mei, voormiddag, stellen onderzoekers van de **bacheloropleidingen journalistiek** de resultaten voor van praktijkgerichte onderzoeken die ze hebben uitgevoerd. Thema's die aan bod komen: voor welk nieuws willen jongvolwassenen betalen?, welke nieuwsformats werken voor jongeren?, welke tools maken jongeren weerbaar tegen fake news?, en nog veel meer. Redenen te over dus om op 26 mei om 9.30 u af te zakken naar de Erasmushogeschool in Brussel.

De vrijheid van meningsuiting legitimeert geen racisme of haatspraak. En dus installeert dienstdoend federaal premier **Sophie Wilmès** (MR) een

interministeriële conferentie die moet nagaan hoe hatespeech - met name op internet - efficiënter kan worden beteugeld. Aanleiding zijn de mensonterende uitlatingen die online zijn gepost nadat ter hoogte van De Panne enkele bootvluchtelingen waren gered. Eén van de politieke pistes voor een kordatere aanpak van haatspraak is een aanpassing, of zelfs afschaffing, van artikel 150 van de Grondwet, dat het hof van assisen bevoegd maakt voor (onder meer) persmisdrijven.

In Nederland bestaat zoiets als de verkiezing van de **Journalist van het Jaar**, een initiatief van Villamedia, het Nederlandse vakmedium over journalistiek. De titel voor 2019 gaat naar Pieter Klein van *RTL Nieuws* en Jan Klein-nijenhuis van *Trouw* voor hun langdurige en diepgravende onderzoek naar een ontspoorde fraudejacht van de Belastingdienst. Die had door het onterecht inhouden en terugvorderen van toeslagen voor kinderopvang honderden gezinnen in financiële moeilijkheden gebracht.



Flows.be, een nieuwsplatform over goederenvervoer en logistiek dat in de plaats kwam van de krant *De Lloyd*, is goed bezig. Op drie jaar tijd verdubbelde de website zijn bereik, en dat louter met betalende content. Hoofdredacteur **Bart Timperman**:

'Het is zonder meer hoopgevend dat een betalend platform voor een niche leefbaar kan zijn. Om het met een slogan te zeggen: *content rules.*' *Flows.be* is opgericht door de vzw Havenkoepel in Antwerpen, maar geniet totale redactionele onafhankelijkheid.



Amid Faljaoui, directeur van de Franstalige publicaties van Roularta en hoofdredacteur van het Franstalige *Trends*, is zwaar in opspraak gekomen nu blijkt dat hij ook door Bank Degroof Petercam wordt vergoed voor activiteiten in de sfeer van communicatie, reclame en PR. De AJP, Franstalige tegenhanger van de VVJ, vraagt de Franstalige Conseil de Déontologie Journalistique (CDJ) om een uitspraak te doen. Faljaoui is verantwoordelijk voor onder meer de titels *Le Vif* (tegenhanger van *Knack*) en het Franstalige *Trends*. Extra verontrustend is dat noch Faljaoui zelf, noch Roularta als uitgever een probleem lijkt te zien in de cumul. Faljaoui is niet erkend als beroepsjournalist, en kan dat ook niet aangezien het statuut van beroepsjournalist wettelijk onverenigbaar is met dergelijke commerciële nevenactiviteiten. Maar voor de AJP is de praktijk hoe dan ook schadelijk voor de waardigheid en het imago van het hele journalistenberoep - reden waarom ze de CDJ erover aanspreekt.

De **VVJ** heeft, zoals eerder aangekondigd, een schenking van 1.500 euro gedaan aan **Natuurpunt Vlaanderen**, ter compensatie van de kartonnen envelop waarin we de *JournalistenAgenda 2020* hebben verstuurd. Het milieuvriendelijke karton kwam in de plaats van de klassieke bubbelplasticenvelop, maar het blijft natuurlijk een ecologische compensatie waard.

Hoe is **Donald Trump** vier jaar geleden president van de VS kunnen worden? Dankzij Facebook, en Facebook alleen, aldus een topman van Facebook zelf. In een interne FB-nota, gelekt in *The New York Times* en opgepikt door *De Standaard*, schrijft **Andrew Bosworth** dat Trump gewoonweg 'de beste advertentiecampagne heeft gevoerd die ik ooit heb gezien'. De manipulatieve kuiperijen van Cambridge Analytica doet Bosworth af als niet ter zake: de beïnvloedingstechnologie van dat bedrijf werkt immers niet.

En **Google** heeft intussen zijn zoekresultaten op desktops een nieuwe look gegeven, waardoor het verschil tussen gewone zoekresultaten en advertenties nog moeilijker te zien is. Alleen een kleine vermelding 'ad' of 'advertentie' voor een link scheidt nog duidelijkheid. Ongetwijfeld wil Google daarmee zijn advertentie-inkomsten nog verder opdrijven. We wezen met zijn allen gewaarschuwd...

Het volgende nummer verschijnt op 15 april 2020.

© Belga/RV

32^{STE} FILMEVENT



DONDERDAG 12 MAART 2020 - 19.30 UUR
CINEMA PALACE, ANSPACHLAAN 85, 1000 BRUSSEL

Mr. Jones vertelt het op ware feiten gebaseerde verhaal van de Welshe journalist Gareth Jones, die op zoek gaat naar de realiteit achter Stalins industriële revolutie in de jaren 1930. Jones moet daarbij opboksen tegen gigantische politieke en ook journalistieke krachten. Kort voordien had de journalist Hitler geïnterviewd, en gewaarschuwd voor een nieuwe wereldoorlog. Jones' verhaal was een van de inspiratiebronnen toen George Orwell zijn klassieker *Animal Farm* schreef.

Honderden Belgische journalisten wonen traditioneel dit filmevent bij. Net zoals vorige jaren wordt de vertoning gevolgd door een receptie - een unieke gelegenheid voor journalisten uit het noorden en het zuiden van het land om bij te praten.

DE VERTONING EN RECEPTIE ZIJN GRATIS VOOR VVJ-LEDEN EN SYMPATHISANTEN.
GRAAG VOORAF INSCHRIJVEN OP WWW.JOURNALIST.BE.