

# de journalist

VLAAMS MINISTER  
VAN MEDIA DALLE

## **‘Best trots op onze nieuwsmedia’**

CORONA

3 hoofdrolspelers over  
de rol van de pers

DATA

Alles voor de  
klik- en leescijfers?



**POL DELTOUR**  
NATIONAAL SECRETARIS  
VVJ

## Alles kan beter

Waar een klein landje groot in kan zijn. In het Groothertogdom Luxemburg heeft de regering een nieuw mediasteunbeleid uitgewerkt dat in essentie focust op de professionele journalistiek die wordt aangeboden. Persbedrijven kunnen aanspraak maken op een jaarlijks bedrag van mogelijk 30.000 euro voor elke beroepsjournalist die voltijds en voor onbepaalde duur op de redacties actief is. Daarnaast kunnen journalistieke start-ups rekenen op een forfaitaire innovatiesteun van 200.000 euro. Volgens de Luxemburgse premier Xavier Bettel, die ook bevoegd is voor Communicatie en Media, is het in tijden van desinformatie meer dan ooit nodig te investeren in professionele, onafhankelijke en pluralistische media. 'Voor elke democratische Staat moet dat een must zijn', aldus Bettel.

De Vlaamse mediasector heeft niet meteen reden tot klagen. Zij is in het kader van de coronacrisis door Mediaminister Benjamin Dalle (CD&V) niet vergeten. Terecht stipt de minister wat verderop in dit blad aan dat ook freelancejournalisten gepaste aandacht kregen bij de individuele beschermingsmaatregelen die werden uitgewerkt. Daarvoor passen inderdaad erkenning en

dank. Maar alles kan - nee, moet - beter. Al heel lang vraagt de VVJ dat het perssteunbeleid expliciet wordt gekoppeld aan het aantal professionele journalisten dat de mediabedrijven tewerkstellen. Geen enkele Vlaamse Mediaminister zette tot dusver die stap. Strekt het Luxemburgse beleid alsnog tot voorbeeld?

## Al heel lang vraagt de VVJ dat het perssteunbeleid wordt gekoppeld aan het aantal professionele journalisten dat mediabedrijven tewerkstellen

Zo'n kentering zou de Vlaamse mediahuizen er opnieuw toe

kunnen aanzetten te investeren in de bezetting van hun redacties. Want volgens de jongste cijfers in onze database blijft het aantal professionele journalisten in Vlaanderen achteruit gaan. Doorgaans gebeurt dat in de vorm van stille afvloeiingen, soms met een harde knik, zoals recentelijk op de regionale sportredactie van *Het Laatste Nieuws*, waar vele tientallen journalisten ineens het voor bekeken mogen houden.

Ook voor de VVJ als beroepsunie is dat slecht nieuws. Minder journalisten = minder leden = minder inkomsten = minder mogelijkheden om de rechten en belangen van journalisten te verdedigen. Dat komt dan bovenop de structurele vermindering van de VVJ-werkingssubsidie (van 253.460 naar 169.460 euro) waarmee de Vlaamse regering ons in pre-coronatijden opzadelde. Vlaamse journalisten zullen nog hard op onderlinge solidariteit moeten rekenen om de komende jaren goed door te komen.

---

### WERKTEN MEE

**Coördinatie:** Pol Deltour & Piet De Loof, pol.deltour@journalist.be, piet@revista-media.be || **Eindredactie:** Piet De Loof || **Concept en vormgeving:** Revista (www.revista-media.be) || **Medewerkers:** Pol Deltour - Selma Franssen - Charlotte Michils - Monica Moritz - Linda A. Thompson - Pieter Knapen - Ria Goris - Robbe Vandegehuchte || **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

**11**

ACTUA

DPG knipt fors in regionale sport

**12**

ONDERZOEK

Regiojournalisten tevreden over job, niet over werkdruk

**14**

ACTUA

Data hertekenen journalistiek, en her en der baart dat zorgen

**24**

ACTUA

JAM bestaat 25 jaar

**26**

SERVICE

Deze webinars zijn de moeite waard

**28**

FOTOROL

Wannes Nimmegeers kiest Eric De Mildt



SPREEKTijd

Minister van Media  
Benjamin Dalle

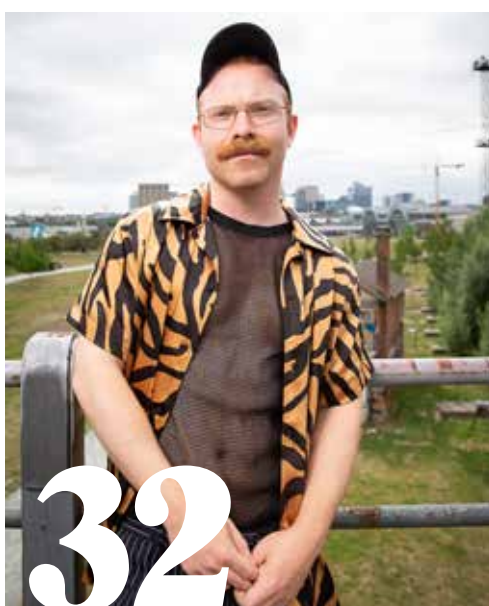
**'Soms krijg ik het gevoel dat de grote mediabedrijven slechteriken zijn'**



RONDETAfel

Philippe De Backer, Dirk Daulans en Erika Vlieghe

**'Ook journalisten moeten kunnen accepteren dat er voor een crisis niet altijd pasklare antwoorden zijn'**



DE WISSEL

Tim Devriese

**'Hoofdredacties: koester jong talent'**

© James Arthur / © Bart Dewaele / © Ivan Put

DE NIEUWKOMER

Elk jaar zetten zo'n honderd nieuwkomers hun eerste stappen in de journalistiek. Voor sommigen onder hen is het een droom die eindelijk in vervulling gaat, anderen zijn er toevallig ingerold als zij-instromers. In dit nummer: **Kubra Mayda**, 22 jaar, sinds maart van dit jaar aan de slag als redacteur binnenland bij *De Standaard*.

## 'Ik heb voelsprietten in veel subgroepen'

Kubra Mayda



'Ik ben drie dagen voor de *lockdown* begonnen bij *De Standaard*. Daarvoor heb ik stage gelopen bij *Charlie Magazine* en gefreelancet voor *Vice*. De coronacrisis heeft mij nog meer het basisnut doen inzien van journalistiek. Er is zo veel onduidelijke en tegenstrijdige informatie. Ik vind het leuk om daar als journalist orde in te scheppen.'

'Ik werk op dit moment fulltime op de redactie, maar studeer ook voltijds voor een master Meertalige Communicatie. Vanaf september ga ik 4/5 werken bij *De Standaard* om het wat haalbaarder te maken. Maar ik heb eigenlijk geen idee wanneer ik ga afstuderen. (*lacht*)'

'Het stuk waar ik het meest trots op ben tot nu toe is een *Vranckx-Nomaden*-reportage waarin ik op zoek ga naar mijn Armeense roots. Het was ook mijn afstudeerproject voor mijn bachelor Journalistiek. Ik heb er twee jaar aan gewerkt en ben er een maand voor naar het buitenland getrokken. Ik ben trots dat ik dat heb klaargespeeld, dat ik mijn idee voor die reportage heb kunnen omzetten in realiteit. En dat het niet alleen mijn persoonlijke verhaal was, maar dat van alle andere Turken die eigenlijk Armeens zijn.'

'Een van de grote voordelen van een nieuwkomer te zijn, is dat ik gemakkelijk getuigenissen vind. Dat hoor ik ook vaak op de redactie. Ik heb voelsprietten in veel subgroepen, waardoor ik ook aan nieuws en informatie geraak die anders verloren zouden gaan. Het helpt ook dat ik dezelfde leefwereld heb als de jongeren die ik interview wanneer ik een protestactie versla zoals Black Lives Matters. Ik heb zelf ook een migratieachtergrond en ik kan mij goed inleven in onderwerpen als klimaatverandering en gelijke rechten. Dat voelen die jongeren ook aan.' (LAT)

MEEST AANGEKLIKT

Wat was vorige maand het meest aangeklikte artikel op jullie website? We vroegen het aan **Kristof Pitteurs**, hoofdredacteur van *BRUZZ*.

## 'OP DEZE PLAATSEN IN JOUW GEMEENTE GELDT EEN MONDMASKERPLICHT'



OVER DE TAALGRENEN

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

## IPM belooft L'Avenir onafhankelijkheid

Grote IPM-baas François Le Hodey heeft de redacties van krantengroep *L'Avenir* blijvende onafhankelijkheid beloofd nu die is overgenomen door IPM. Met *L'Avenir* beschikt IPM, dat al *La Libre Belgique* en *La Dernière Heure* in de portefeuille had, nu ook over een lokale krantenpoot. Daarmee beent het Rossel bij, dat onder meer *Le Soir* en de regionale *SudPresse*-kranten uitgeeft. Het Franstalige krantenlandschap is daarmee, zoals het Vlaamse, een duopolie geworden (op Roularta met *De Tijd/L'Echo* na). IPM-CEO Le Hodey maant *L'Avenir* wel aan om snel te digitaliseren en op die manier beter aansluiting te vinden bij jongeren. (PD)

# BRUZZ

Kristof Pitteurs: 'In juli werd het artikel *Op deze plaatsen in jouw gemeente geldt een mondkemperplicht* 10.000 keer aangeklikt. Alleen op *BRUZZ* staat zo'n volledig overzicht voor Brussel. Het is monnikenwerk om alle informatie te verzamelen en in een kaartje te gieten; soms geldt de mondkemperplicht enkel in een deel van een straat. Dat ontging ook onze lezers niet, die heel wat reacties achterlieten. Sinds de *lockdown light* neemt de interactie met onze lezers sowieso verder toe. Mensen zijn meer online en hebben er behoefte aan hun verhalen verhalen te delen. Hun aanvullingen helpen om dit overzicht up-to-date te houden, al zal een volledige mondkemperplicht het wellicht snel overbodig maken.' (SF)

## 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.

### De Vakpers: Travel360°

- 6 nummers per jaar
- Oplage: 7.000 stuks
- Bestaat sinds 2013
- 5 vaste medewerkers, verschillende freelancers



## 'REISINDUSTRIE KREEG ALS EERSTE KLAPPEN'

### Wat is Travel360°?

**Jan Peeters, hoofdredacteur:** 'Zeven jaar geleden begon *Travel360°* B2B-content aan te bieden aan professionals in de reisindustrie in de Benelux. Bedrijven die hen willen bereiken, betalen voor een abonnement, onze lezers lezen gratis. Al vanaf het begin zijn we *online first*; op ons platform bieden we een mix van marketing, opinie, webinars en white papers aan. De printedities bevatten tijdloze achtergrondverhalen en analyses, bijvoorbeeld over duurzaam toerisme en digitale ontwikkelingen.'

### Hoe gaan jullie om met de coronacrisis?

'De reisindustrie kreeg als eerste klappen en is de laatste die weer omhoog zal krabbelen. Ook wij hadden het zwaar in het begin, maar na enkele maanden blijkt ons businessmodel redelijk robuust. Het helpt dat *Travel360°* een van de weinige plekken is waar onze honderden klanten voor relatief kleine bedragen effectief kunnen communiceren met de hele reissector. Ook nam tijdens de coronacrisis de vraag naar onze online trainingen toe.'

### Is door corona de inhoud veranderd?

'Inhoudelijk volgen we voorlopig dezelfde lijn, maar bepaalde onderwerpen dringen zich op. Welke reistrends kunnen de lappenmand in, welke komen op? Na de zomer gaan we de balans opmaken. Was het bijvoorbeeld wel zo'n goed idee om in België de focus te leggen op reizen in eigen land? Sommige reizigers hebben verborgen parels ontdekt, maar velen trokken in overvolle treinen naar hotspots aan het strand, met alle problemen van dien. Terwijl op sommige plekken overtoerisme afneemt, denk aan Venetië, zal de reisbranche er elders moeten voor zorgen dat het toerisme binnen proporties blijft.' (SF)

## HET CIJFER



Business, travel en gezondheid. Met een focus op die drie domeinen wil MediaNation, een op til staand nieuw mediahuis, zich een plaats veroveren tussen de huidige persgroepen in Vlaanderen. Drijvende krachten achter MediaNation zijn Wouter Verschelden en Xavier Verellen, nu nog verenigd in het in 2017 opgerichte GMGroup. Het businessluik van MediaNation zal vorm krijgen via *Newsweek*, *Newsmonkey*, *8AM* en *Business AM*. *Goodbye.be* en *Gezondheid.be* worden de merken in de andere twee pijlers. (PD)



VLAAMS MINISTER VAN MEDIA  
BENJAMIN DALLE

# 'Crossmedialiteit en integratie zijn de toekomst'

'Ik zie mezelf niet als arbiter. Ik rijd als minister van Media voor alle media en zal pas geslaagd zijn als het aanbod van alle media samen kwaliteitsvol en sterk is.' Benjamin Dalle (CD&V) plaatst zich niet in het midden maar boven het speelveld van de Vlaamse nieuwsmedia. Ook de nieuwe beheersovereenkomst met de VRT ziet hij in dat perspectief: de VRT zal het inderdaad met minder middelen moeten doen, maar dat zal haar niet beletten te excelleren in haar kerntaken. De echt grote uitdagingen liggen volgens Dalle elders, bij de techreuzen en sociale media die onder meer jongeren nog te veel weggleiden van het Vlaamse nieuwsaanbod.

**POL DELTOUR & CHARLOTTE MICHILS**

**De coronacrisis treft ook de media-sector hard. Heeft u de indruk dat u als minister van Media een verschil kan maken?**

**Benjamin Dalle:** 'Ik denk het wel. Van bij het begin stond ik in nauw contact met de sector, waardoor ik snel kon inspelen op de verschillende noden. Zo was het cruciaal dat ook de mediasector gebruik kon maken van de algemene vangnetten zoals het stelsel van tijdelijke werkloosheid en de compensatiepremie. Meer recent hebben we een Vlaams noodfonds opgericht waardoor er 10 miljoen is gevloeid naar de gesubsidieerde actoren in de mediasector. Met de informatie-campagne #IKREDLEVENs hebben we nog eens 3 miljoen gemobiliseerd. Ten aanzien van de private spelers is zo hopelijk een deel van het verlies van advertentie-inkomsten opgevangen. Bovendien hebben we met een versnelde decretale wijziging ook nog de reclameregels voor televisie versoepeld. Ik ben ook gewonnen voor de toekenning van een fiscaal voordeel aan bedrijven die lokaal adverteren, maar dat moet uiteindelijk op federaal niveau worden gerealiseerd.'

**Fundamenteel blijft toch de vaststelling dat de fors toegenomen nieuwsconsumptie in coronatijd niet gepaard is gegaan met een navenante**

hulplijn voor kinderen en jongeren *AWEL*. Ook samenwerken met *influencers*, zoals in het kader van het contactopsporingsonderzoek, is belangrijk. Jongeren verdienen inderdaad onze aandacht, ook nu weer overigens in de aanloop naar de nieuwe VRT-beheersovereenkomst.'

**Heel de sector kijkt reikhalzend uit naar die beheersovereenkomst. Hoe voelt het om als arbiter te staan tussen de openbare omroep en de private nieuwsmedia?**

'Ik zie mezelf niet als arbiter. Als er al een arbiter is, dan is dat de Vlaamse Regulator voor de Media. Ik rijd als

## 'Soms krijg ik het gevoel dat de grote mediabedrijven slechteriken zijn. Ik weiger daarin mee te gaan'

**stijging van de verkoopcijfers. Met name jongeren blijven een moeilijk te overtuigen doelgroep om nieuws te raadplegen via de traditionele media. Is daar voor u als minister van Media en ook Jeugd geen rol weggelegd?**

'Het Apestaartjaren-onderzoek toont inderdaad aan dat de meeste Vlaamse jongeren vooral via sociale media in aanraking komen met de actualiteit. *Nieuws in de klas* is één van de beleidsinstrumenten om jongeren te leiden naar de papieren maar toch vooral digitale kwaliteitsmedia. Het idee is nu om *Nieuws in de klas* nog meer te enten op de leefwereld van jongeren. Sociale media spelen daarbij een belangrijke rol. Ook belangrijk is dat de media zelf aanwezig zijn op sociale media, door daar artikels te delen. De VRT bijvoorbeeld creëerde het Instagramaccount *@nws.nws.nws*. Tot slot moet je altijd inspelen op specifieke jongerenkanalen, zoals het jongereninformatieplatform *WAT WAT* en de telefonische en online

minister van Media voor alle media en zal pas geslaagd zijn als het aanbod van alle media samen kwaliteitsvol en sterk is, zowel op het vlak van informatie en duiding als op het vlak van ontspanning, cultuur en sport. Dat kan alleen als onze mediabedrijven het bedrijfs-economisch goed doen. Er is een evolutie geweest van mediaconcentratie, gelinkt aan crossmedialiteit, dat laatste ook in het voordeel van de nieuws-mediaconsument. Onze nieuwsmedia-bedrijven excelleren, ook in het buitenland. Ik ben best trots op onze grote nieuwsmediabedrijven. Soms, in de Mediacommissie van het Vlaams Parlement, krijg ik het gevoel dat de grote mediabedrijven slechteriken zijn. Welnu: ik weiger daarin mee te gaan. De sterkte van ons medialandschap in Vlaanderen is dat we een sterke openbare omroep hebben, sterke grote spelers die ook in het buitenland actief zijn en daarnaast ook kleinere spelers die het hele aanbod verrijken. We moeten inzetten op een context waarin

al die spelers kunnen gedijen. De omzetting van de Richtlijn Audio-visuele Mediadiensten, die een gelijk speelveld beoogt voor de traditionele omroepsector en nieuwe diensten zoals videoplatforms, is daarbij een volgende belangrijke stap.

**U kunt toch niet ontkennen dat er conflicten zijn tussen de publieke en private mediaspelers. Kijk maar naar de discussie over de *longreads*.**

‘Kijk, iedereen heeft zijn taak. Voor de VRT is dat een audiovisuele. Dat betekent dat de VRT vertrekt vanuit radio en televisie. En natuurlijk zitten we vandaag in een crossmediale context: mensen consumeren hun nieuws via verschillende kanalen. Om die reden is VRT NWS ook belangrijk en moet ze ook een relevante nieuws-site blijven. Hetzelfde geldt voor VRT NU, aangezien lineair tv-kijken al lang niet meer de enige optie is. Maar de focus ligt wel op het audiovisuele, en met die filosofie in het achterhoofd zullen er in de beheersovereenkomst bepaalde afspraken worden gemaakt. Dat er een stuk concurrentie is met de uitgevers die ook een digitaal aanbod hebben, is onvermijdelijk. Maar het belangrijkste is dat de Vlaamse nieuwsconsument een ruime keuze heeft uit een gediversifieerd aanbod. Hoe de afspraken er concreet zullen uitzien, daar wil ik nog niet op vooruitlopen. Sinds 1 augustus staat Frederik Delaplace aan het hoofd van de VRT en met hem zullen we tegen 31 december een nieuwe beheersovereenkomst sluiten. In afwachting is het evident dat de beheersovereenkomst de VRT moet laten vooruitgaan in een context die al langer wordt gekenmerkt door digitalisering en internationalisering. Inzetten op innovatie en digitalisering is de enige manier om concurrentieel te blijven in zo’n snel veranderende omgeving.’

**Is dat ook een VRT met minder mensen?**

‘De regering heeft een budgettair traject afgesproken en dat spreekt voor zich: de VRT moet het cumulatief met



‘Toen ik de VRT 3,8 miljoen toekende uit het noodfonds, bleef het oorverdovend stil.’

nominaal 12 miljoen minder stellen in 2024. Voor dit jaar is dat alvast een besparing van 2,4 miljoen. In de debatten wordt daar heel sterk de nadruk op gelegd. Sommigen zeggen dan dat we de VRT kleiner en zelfs kapot wilden maken, terwijl het besparingstraject voor de VRT matiger is dan voor andere mediaspelers of sectoren zoals jeugd, Brussel of cultuur. Daar geldt algemeen een besparing van 6%. 2,4 miljoen besparing in 2020 komt voor de VRT neer op een besparing van minder dan 1%. Komt daar dan nog eens bij dat de extra middelen uit het noodfonds, goed voor zo’n 3,8 miljoen, eigenlijk zelfs een stijging van het budget inhouden voor 2020. Maar daar hoor je niemand over.

Toen ik 2,4 miljoen bespaarde, was het land te klein. En toen ik vervolgens 3,8 miljoen toekende uit het noodfonds, bleef het oorverdovend stil. Ook op andere vlakken speelt die perceptie van een afbouwscenario. Zo laat men de publieke opinie geloven dat de regering ook politiek wil inbreken op de VRT. Maar daar zijn niet de minste aanwijzingen voor. Ook de wissel aan de top was geen kwestie van politieke inmenging, wel van louter goed beheer, een beslissing in het belang van de publieke omroep. Maar die boodschap krijg ik maar niet verkocht.’

**En toch blijft die kille vaststelling: de VRT krijgt minder geld en wordt dus ingeknipt...**



‘Ik nodig u uit om tegen het eind van het jaar de beheersovereenkomst te bekijken. De VRT zal het inderdaad moeten stellen met minder middelen, zoals veel bedrijven en organisaties het met minder middelen moeten stellen. Maar dat zal gepaard gaan met weloverwogen keuzes en juiste beslissingen. Het zal zaak zijn om te focussen op kerntaken en daarin te excelleren. Tegen 2024 wil ik een VRT waar mensen graag werken, en ook een VRT die uitstekende prestaties neerzet op het vlak van haar kerntaken. Ik vind het jammer dat er altijd negatief wordt gekeken naar dat budget. Als je aan iemand als Frederik Delaplace zegt dat hij een openbare oproep mag uitbouwen met een klein half miljard, dan kan die daar iets mee.’

## ‘Als ik één ding heb geleerd, dan is het dat het bijzonder moeilijk is om de juiste boodschap tot bij de mensen te krijgen’

**Ook wat de onafhankelijkheid van de openbare omroep betreft, is er toch af en toe een tegenindicatie. Het incident met *De Ideale Wereld* - de schrapping op VRT NU van komiek Geert Hoste die de nazigroet brengt als parodie op Vlaams Belangers - heeft op zijn minst aangetoond dat de VRT-top gevoelig is voor politieke druk.**

‘Dat kan ik alleen maar tegenspreken. Ik heb gesproken met alle betrokkenen, in het bijzonder met Olivier Goris en Leo Hellemans, en iedereen heeft me verzekerd dat het een autonome beslissing was van het netmanagement en het productiebedrijf Woestijnvis. Als ik zeg dat ik als minister van Media garant sta voor de onafhankelijkheid van de media, de redactionele

autonomie en de autonomie van het netmanagement, moet ik ook respect opbrengen voor het Mediadecreet, dat bepaalt dat de raad van bestuur van de VRT verantwoordelijk is voor de eigen werking. Net zoals ik nooit commentaar geef op redactionele keuzes, ga ik dus ook het functioneren van de raad van bestuur niet becommentariëren. Het is aan de bestuurders om situaties aan de kaak te stellen. De oppositie heeft de mond vol van beïnvloeding door de raad van bestuur, maar het zijn juist de leden van de raad van bestuur, benoemd door alle fracties in het Vlaams parlement, die garant moeten staan voor afwezigheid van politieke beïnvloeding. Als er een probleem is, moeten de bestuurders dat aankaarten. Als er één ding is dat ik heb geleerd in

mijn negen maanden ministerschap, is dat het bijzonder moeilijk is om de juiste boodschap tot bij de mensen te krijgen. En daar spelen de kwaliteitsmedia natuurlijk een belangrijke rol in.’

**lets anders: ziet u voor uzelf ook een rol weggelegd in de strijd tegen de techreuzen op het vlak van *hate speech* en *fake news*?**

‘Absoluut, dat is één van de grootste uitdagingen deze legislatuur. Omdat die bedrijven niet zomaar in Vlaanderen te lokaliseren zijn, is het natuurlijk bijzonder moeilijk om ze wettelijke verplichtingen op te leggen. Zelfs een dialoog voeren blijkt niet evident. Een opportuniteit is het EU-voorzitterschap in 2024, want een

Europese aanpak is natuurlijk het beste. De strijd tegen *fake news* is driedelig: inzetten op kwaliteitsvolle journalistiek om tegengewicht te bieden tegen alle onwaarheden, mediawijsheid om de ontvanger van de informatie sterker te maken en tot slot de ontwikkeling van digitale tools en factchecking. In dat kader kunnen we als Vlaamse overheid ook bekijken hoe we samenwerking over de redactiegrenzen heen kunnen ondersteunen. Ook de GAFA-bedrijven (*Google, Apple, Facebook en Amazon, de vier Amerikaanse internet-giganten, nvdr.*) hebben hier een gigantische verantwoordelijkheid natuurlijk, die her en der al wordt opgenomen. Zo voorziet Twitter de onwaarheden van Trump nu van *fake news-tags*.’

**Een aantal factcheck-initiatieven werd ondersteund door het Vlaams Journalistiek Fonds. Hoe kan journalistieke innovatie verder worden ondersteund, nu de projectsubsidie van het Vlaams Journalistiek Fonds is uitgedoofd?**

‘Een belangrijke wijziging in deze legislatuur is dat nu ook de media-bedrijven kunnen intekenen op de innovatiebudgetten van VLAIO en Imec. Dat gaat over hogere budgetten overigens. Samen met mijn collega Hilde Crevits wil ik zeker onderzoeken hoe die budgetten verder kunnen bijdragen aan innovatie in de media-sector. Ik denk aan factcheck-initiatieven die gebruik maken van algoritmes, maar ook aan opportuniteiten met digitale radio en tv.’

**Tegen 2021 moet België ook de Richtlijn Digitale Auteursrechten omgezet hebben in nationale wetgeving. Denkt u dat de Vlaamse overheid druk kan zetten op de internetbedrijven om met geld over de brug te komen voor de uitgevers en de journalisten?**

‘Ik zie daar zeker een rol voor ons weggelegd. Hoewel het een federale aangelegenheid is, kunnen wij vanuit Vlaanderen onze federale contacten aanspreken om de richtlijn op een



Minister Dalle in gesprek met Charlotte Michils (juridisch adviseur) en Pol Deltour (nationaal secretaris) van de VVJ.

## 'Goed dat Twitter nu de onwaarheden van Trump van fake news-tags voorziet'

goede en assertieve manier om te zetten. Uiteindelijk verdienen de GAFABedrijven geld met kwaliteitsvolle *content* die hier in Vlaanderen wordt geproduceerd. Het spreekt voor zich dat die Vlaamse media dan ook een deel van de koek krijgen.'

**Recent deelde de VUB weinig opbeurende onderzoeksresultaten over het effect van mediaconcentratie in Vlaanderen. Binnen elke persgroep nemen redacties almaar meer kopij**

**van elkaar over, wat neerkomt op een verschraling van het nieuwsaanbod. Tegelijk wordt er ook aan nogal wat zelfpromotie voor bevriende titels gedaan. Baart u dat zorgen?**

'Absoluut. Anderzijds is crossmedialiteit ook de toekomst, zowel voor de mediabedrijven als voor de gebruikers. Bovendien creëert het delen van niet-onderscheidende berichtgeving binnen eenzelfde groep ook mogelijkheden: de verschillende titels kunnen zich zo beter focussen op hun kerntaak en eigenheid. Wat het andere VUB-onderzoek over zelfpromotie betreft, vind ik het toch belangrijk om te weten of de nieuwsselectie gebeurt op basis van nieuwswaardigheid dan wel op basis van bepaalde commerciële synergieën. En dat kun je met deze kwantitatieve analyse niet achterhalen. Mijn suggestie is dan ook om deze resultaten te beschouwen als een nulmeting en om de situatie verder op te volgen. In afwachting zou het goed zijn om dit verder op te nemen met de redacties. Mediaconcentratie is zeker een aandachtspunt, maar desondanks hebben we in Vlaanderen nog altijd

een heel rijk aanbod, zowel kwalitatief als kwantitatief. Je moet op zaterdagochtend eens proberen om alle kranten te doorploegen, dat is gewoon onmogelijk.'

**Intussen heeft die concentratietendens ook impact op de journalistengroep. Die is, om het zacht uit te drukken, niet bepaald groeiende. Tegelijk zien we ook een tendens naar verzelfstandiging en flexwerk.**

'Het is zeker zo dat de mediasector niet de sector is waar het geld op dit moment binnenstroomt. En dan is het inderdaad een kwestie van de tering naar de nering zetten. Crossmedialiteit en integratie zou ik in deze niet zien als de boosdoener, maar als een noodzakelijke omschakeling in het belang van het bedrijf en de mediaconsument. Daardoor kun je met minder middelen een breder aanbod ontwikkelen, geschikt voor meer platformen. Anderzijds is de bezorgdheid rond werkbaar werk terecht. Mediabedrijven zoeken flexibiliteit, maar dat mag niet ten koste gaan van kwaliteitsvolle jobs.'

# Aanpak haatspraak doet persvrijheid wankelen

De Kamer van Volksvertegenwoordigers buigt zich momenteel over een strengere aanpak van hatespeech, met name op internet. Daarvoor zou wel een grondwetsartikel worden aangepast dat sinds 1830 mee de persvrijheid vrijwaart.

Op sociale media en in chatboxes wemelt het van vulgariteiten en haatspraak, meer dan eens specifiek gericht tegen allochtonen, vrouwen of politiek andersdenkenden. Veel journalisten kunnen ervan meespreken: ook zij krijgen al eens een hoop bagger over het hoofd gewoonweg na het doen van hun job. Er groeit dan ook een consensus om daar wat aan te doen. Onder meer Unia, het Interfederale Gelijkenkansen centrum, trekt hard aan de kar om de wetgeving tegen hatespeech te verstrengen. En in de Kamercommissie voor de Grondwet en Institutionele Vernieuwing wordt wellicht in het najaar een concreet voorstel uitgewerkt.

Hatespeech aanpakken stuit momenteel op juridische belemmeringen.

Als het op internet gebeurt, beschouwt het Hof van Cassatie dat als een 'persmisdrijf'. En persmisdrijven, zegt artikel 150 van de Grondwet, moeten door het assisenhof worden berecht. In de praktijk gebeurt dat niet: justitie past er sinds vele decennia voor om persdelicten door een volksjury te laten beoordelen.

In 1999 zijn daarom racistische persmisdrijven weggetrokken van het assisenhof en toevertrouwd aan de gewone correctionele rechtbanken, waar ze wel degelijk worden vervolgd, berecht en veroordeeld. Door de woekerende online hatespeech op basis van andere factoren zoals gender, seksuele voorkeur maar ook politieke of ideologische overtuiging bijvoorbeeld, groeit de animo om ook dit over te dragen aan de

correctionele rechtbanken. Dat veronderstelt dus wel een nieuwe aanpassing van artikel 150 van de Grondwet, dat de bevoegdheid van het assisenhof regelt.

De VVJ, die in juli over de kwestie in de Kamercommissie voor de Grondwet al is gehoord, pleit alvast voor voorzichtigheid. Niet elke negativiteit of zelfs belediging mag als haatspraak worden bestempeld. Het Europese Mensenrechtenhof heeft trouwens al lang geleden beslist dat informatie en meningen moeten kunnen verwarren, beledigen en schokken. Een te ruime formulering zou ook journalisten zuur kunnen opbreken terwijl ze alleen maar hun job doen.

De VVJ/AVBB bekijkt momenteel eigen voorstellen voor een strikte formulering van 'hatespeech'. Dat zou dan worden beperkt tot het echte kwaadwillige aanzetten tot hatelijk gedrag of geweld, zonder dat de vrijheid van communicatie ongepast wordt ingeperkt. (PD)



## DPG knipt fors in regionale sportverslaggeving HLN

*Het Laatste Nieuws* bouwt zijn regionale sportverslaggeving fors af. Van de 110 freelance regiosportmedewerkers kregen er zowat 60 te horen dat de samenwerking wordt stopgezet. Zij mogen desgewenst als onbezoldigde 'ambassadeur' voor de krant blijven werken. De operatie heeft te maken met een aanzienlijke besparing die door DPG Media aan *HLN*-sportregio wordt opgelegd.

*HLN* zal nu enkel nog inzetten op het 'belangrijkste' regionale sportnieuws. In het voetbal gaat dat tot '3<sup>de</sup> nationaal'. Enkel grotere clubs worden nog gevolgd. Dat zal dan vooral op maandag en op vrijdag zijn, vlak na en voor het weekend. DPG situeert de afslanking ook in de voortschrijdende

digitalisering van de krant, waarbij de 21 papieren regionale edities geleidelijk aan worden afgebouwd.

Overblijvende redacteurs en fotografen kregen inmiddels te horen dat ook zij het met minder opdrachten zullen moeten doen. Voor zover daar duidelijkheid over bestaat, zouden hun inkomsten kunnen terugvallen tot een fractie van wat ze hadden.

De besparingsoperatie valt op voor een krant die altijd fors heeft ingezet op sportverslaggeving. Het risico is reëel dat lezers afhaken en uitwijken naar andere kranten of naar websites van de sportclubs zelf. Voor de vele tientallen freelancejournalisten die hun job verliezen of hun inkomen zien krimpen, gaat het om een extra pijnlijke zaak. (PD)

ONDERZOEK ERASMUSHOGESCHOOL

# Regiojournalisten tevreden over job, niet over werkdruk

Voor een goed functioneren van de lokale democratie zijn regiojournalisten onontbeerlijk, maar sociale media vormen steeds meer een 'vijfde macht' en jagen het werkritme op. De journalistiekopleiding van de Erasmushogeschool bevroeg zowel journalisten als lokale beleidsmakers over het wel en wee van de regiojournalistiek.

**RIA GORIS**

'Ik ben iemand die extreem gelukkig is in zijn job omdat ik gemaakt ben voor flexibele uren, drukte in het werk en lange dagen. Het is enorm afwisselend, je leert je stad of gemeente door en door kennen op manieren die je niet had verwacht. Je komt op plaatsen waarvan je niet wist dat ze bestonden. Het is enorm leuk om van alles op de hoogte te zijn in je stad. Ik zou wel iedereen waarschuwen voor de hoge werkdruk.' Aldus een van de 27 regiojournalisten die onderzoeker Ria Goris en laatstejaarsstudenten journalistiek van de Erasmushogeschool Brussel face to face bevroegen. Ze interviewden eveneens 26 schepenen en burgemeesters, en lanceerden onlinebevestigingen waaraan respectievelijk 139 journalisten en 201 burgemeesters en schepenen deelnamen. Enkele bevindingen.

## GEEN NIEUWSWOESTIJNEN, MAAR KLEINERE GEMEENTEN ZIJN AANDACHTSPUNT

Regiojournalistiek is een duur gegeven voor kranten: ze stellen journalisten tewerk die slechts een beperkt geografisch gebied coveren. Door het afkalven van abonnementen en advertentie-inkomsten, een internationale trend waaraan ook Vlaanderen niet ontsnapt, komt regiojournalistiek onder druk. In sommige buurlanden, zoals Nederland en Engeland, is er zelfs sprake van 'nieuwswoestijnen': gemeenten of gebieden die verstoken blijven van plaatselijk nieuws.

Een slechte zaak voor politieke participatie, want voor de opkomst bij verkiezingen bijvoorbeeld zijn lokaal opererende, onafhankelijke nieuwsmedia zeer belangrijk. Is er ook bij ons reden tot ongerustheid? Op de stelling 'mijn gemeente komt voldoende aan bod in de regiopers' antwoordt 53% van alle bevroegde burgemeesters en schepenen positief. 25% van hen vindt dat dit niet het geval is, en 22% stipt 'neutraal' aan. Van beleidsmakers in gemeenten met minder dan 15.000 inwoners meent 40% dat de eigen gemeente voldoende aan bod komt, 40% is het hier niet mee eens. Coverage van kleinere gemeenten is een aandachtspunt, maar de situatie in Vlaanderen is niet dramatisch in vergelijking met die in enkele buurlanden.

## GROTE TEVREDENHEID, VOORAL OVER VARIATIE EN VRIJHEID

Regiojournalisten zijn in grote lijnen tevreden over hun werk. Op een schaal van 1 tot 5, met 5 als hoogste score, vinkt maar liefst 86% van de 139 bevroegden een 4 of 5 aan voor 'algemene tevredenheid'. Vooral de variatie in de job (93%), werk dicht bij huis (90%), contacten met mensen en organisaties (87%) en met beleidsmakers (83%) scoren een 4 of 5, evenals de grote mate aan vrijheid (78%). Dat inhoudelijke jobaspecten snor zitten, ligt in het verlengde van de bevindingen van de vijfjaarlijkse journalistenenquête van Center for Journalism Studies (UGent).



### HOGE WERKDRUK, FREELANCERS ONTEVREDEN OVER VERGOEDING

De werkdruk is wel aanzienlijk: 'Het tempo ligt ongelooflijk hoog. Wij moeten zes contentitems per dag halen, ongeacht het aantal regels. Tenzij met de eindredacteur iets anders wordt afgesproken. Dat is heel veel, want daardoor moet je de afweging maken tussen een aantal goede stukken en mindere. Als ik veel tijd steek in een onderzoek/interview, moet ik op het einde van de dag nog kortjes bijeenscharen. Dan begin je persberichten bijna klakkeloos over te schrijven en zo sluipen er vaak fouten in. De norm die ons wordt vooropgesteld, is helemaal niet realistisch.'

Voor freelancers, die het leeuwendeel vormen van de regiojournalisten, is de vergoeding afhankelijk van het aantal items dat ze leveren. Over die vergoeding zegt slechts 38% van de regiojournalisten tevreden te zijn. Onder freelancers – zowat drie vierde van alle bevroegden – ligt de tevredenscore nog lager.

### LOKALE BELEIDSMAKERS ZIJN MINDER TEVREDEN

Drie kwart van de regiojournalisten vindt 'waakhond zijn van de lokale democratie' een zeer belangrijke opdracht. Zo erg alert is die waakhond niet, menen de meeste beleidsmakers. 'Regiojournalisten worden betaald voor de kwantiteit en niet voor de kwaliteit.' Of nog: 'Zij schrijven dingen zonder tijd te hebben om ze te verifiëren.'

De stelling 'het gebruik van kant-en-klaar nieuws neemt toe', wordt door 81% van de bevroegde schepenen en burgemeesters bijgetreden. 73% beaamt dat 'bij het selecteren van onderwerpen steeds meer wordt rekening gehouden met klikcijfers'. Ruim vier op de vijf geven aan dat sensationisering van het regionieuws toeneemt, wat volgens de face-to-face-bevragingen gelinkt kan worden aan een cultuur van klikcijfers. Verder rapporteren beleidsmakers een stevige dosis ontevredenheid over het checken van informatie (49%, tegenover 28% tevreden), de accurateheid van de berichtgeving (42%, tegenover 34% tevreden), het kaderen van informatie

via titels en intro's (46%, tegenover 26% tevreden). Een niet mis te verstane 'gele kaart' van lokale beleidsmakers aan de verantwoordelijken voor regiojournalistiek.

### JOURNALISTEN: 'ZO RAP MOGELIJK EN CORRECT'

De bevroegde journalisten geven de volgende evolutie aan: het nieuws moet steeds sneller en crossmedialer gebracht worden; er zijn meer taken voor minder mensen; klikcijfers worden hoger ingeschat dan diepgang; communicatiediensten voorzien journalisten van veel kant-en-klare kopij en sociale media moeten constant in de gaten gehouden worden. Regiojournalisten bevestigen de stijgende overname van kant-en-klaar aangeleverd nieuws en aandacht voor klikcijfers. 'Politiek nieuws moet een sexy pakje krijgen.' En: 'Het is altijd van zo rap mogelijk, vlug, én correct. Maar door die die vlugheid heb je soms een gemis aan diepgang.'

### SOCIALE MEDIA MAKEN MEDIA 'OVERBODIG'

Uiteraard bieden sociale media vele voordelen voor informatiegaring en verspreiding. Toch hebben journalisten, behalve een bekommernis om de eigen broodwinning door gratis nieuws, nog een andere bezorgdheid: 'Er is een stijgende macht van politici door de rechtstreekse lijn met burgers, de deur staat open voor politieke propaganda.' Liefst 77% van de bevroegde beleidsmakers gaat ook akkoord met de stelling dat 'de rol van onafhankelijke lokale en regionale media steeds meer wordt overgenomen door sociale media'. Twee derde van de beleidsmakers en de helft van de journalisten menen dat het belang van mainstream media afneemt door sociale media als rechtstreeks communicatiekanaal met de burgers. Een journalist: 'Vandaag heeft de lokale beleidsmaker de journalist niet meer nodig om zijn boodschap te verspreiden.'

Lees het volledige onderzoeksrapport op de website van de VVJ.

VAN WEBANALYSE NAAR CONTENTOPTIMALISATIE:  
 KLIK- EN LEESGEGEVENS HERTEKENEN  
 DE JOURNALISTIEK

# Follow the data! Of toch niet helemaal?

Publieksdata overstelpen hoe langer hoe meer de redactievloeren en bepalen ook het redactioneel beleid, zo ervaren talloze journalisten. Met tools als Chartbeats en SmartOcto worden redacties aangemaand tot een verschuiving van 'zakelijk' naar 'betrokken' nieuws, van 'verhalen ver weg' naar 'persoonlijke verhalen'. Krijgen IT'ers, mediaconsultants en sommige managers een te grote grip op de journalistiek?

**POL DELTOUR**

Niet zo lang geleden valt bij de regionale medewerkers van een grote Vlaamse krant een veelzeggende mail in de bus. Een collega krijgt van de betrokken hoofdredacteur een publieke pluim, want met een recent artikel van hem 'haalde hij niet alleen veel bereik maar genereerde hij ook het meeste aantal nieuwe digitale abonnees'. Zowat op hetzelfde ogenblik krijgt het VVJ-secretariaat bezoek van een net afgedankte journalist. Een van de redenen voor zijn ontslag, zo kreeg hij te horen, was dat zijn bijdragen aan de krant niet het publieksbereik haalden dat het businessmodel vereist.

## MEGASCHERMEN

*Follow the data:* het adagium is intussen ook bij de nieuwsmedia goed ingeburgerd. Google Analytics, Chartbeats en SmartOcto behoren tot de basistoolbox van elk mediabedrijf. Op redacties hangen vandaag megaschermen waarop de publieksontvangst

van nieuwscontent seconde per seconde wordt geprojecteerd. Clicks, likes, shares, leestijd, scrolldiepte: alles kan worden bijgehouden en geanalyseerd, zodat het mediahuis meticulous weet wat het publiek aan nieuwscontent wil. Het louter numerieke publieksbereik is daarbij maar één parameter – één die vooral commerciële mediabedrijven interesseert die van reclame leven. Van toenemend belang is te weten hoe lang een artikel wordt gelezen of bekeken, of het 'blijft plakken'. Dat laatste wijst immers op waardering, en vergroot de kans op extra abonnementen of de verlenging daarvan.

## METEN IS WETEN

Op zich valt tegen het aanwenden van nieuwe technologie voor dataverwerking niets in te brengen. Meten is weten, en bigtech bedrijven zoals Google en Facebook zijn er mee groot geworden – overigens mede op de rug

van de nieuwsmedia op wier content ze vegeteren. Zolang de GDPR wordt nageleefd, belet niets mediahuizen om hun publiek in kaart te brengen, ook met meer persoonlijke gegevens als daar toestemming voor wordt gegeven. Evenmin ter discussie staat de ambitie van nieuwsmedia om hun publiek ter wille te zijn, wel integendeel. Zeker private nieuwsmedia kan men een flinke dosis commerciële ingesteldheid niet ontzeggen. De bedrijfsstrategie om abonnees te werven – en niet te veel te vertrouwen op de volatiele reclamemarkt – snijdt bovendien extra hout. Onvermijdelijk gaat dat alles gepaard met een grote gerichtheid op het publiek.

## DOORSLAAND PROCES

Maar meer en meer journalisten maken gewag van een doorslaand proces. Dat doet zich vooral voor wanneer een digital consultant of newsmanager zich op basis van publieksdata met redactionele keuzes gaat bemoeien. En journalisten op basis daarvan worden afgerekend. 'Contentoptimalisatie' is dan het toverwoord waarmee sommigen proberen om redacties helemaal op het spoor van de *datadriven* bedrijfsstrategie te krijgen.

Ook hier is nuance op z'n plaats. Contentoptimalisatie is op zich heel heilzaam en eigen aan het journalistieke proces. Journalisten hebben nu eenmaal de roeping om nieuws zo toegankelijk en begrijpelijk mogelijk



Op redacties hangen vandaag megaschermen waarop de publieksonvangst van nieuwscontent seconde per seconde wordt geprojecteerd.

tot bij het publiek te krijgen. Als met behulp van zogenaamde A/B testing kan worden nagegaan welke titel of versie van een stuk het best aanslaat, valt daar op zich niets tegenin te brengen.

### VERDIENMODEL

Maar sommigen drijven het wel ver. Zo heeft Roy Wassink, 'insights manager' bij De Persgroep, een eigen theorie ontwikkeld over 'welke verhalen een toevoeging zijn voor het verdienmodel'. Daarvoor baseert hij zich op data-analyses van duizenden nieuwsartikelen en hun impact bij het publiek. Volgens Wassink zijn sommige verhalen uitstekend als 'aanjagers', omdat ze nieuwe lezers bereiken en mogelijk nieuwsgierig maken naar ander nieuws op het platform. Daaronder vallen verhalen die praktisch nut hebben, waarover mensen kunnen meepraten, of nog lichte wetenschap of populaire cultuur. Andere bijdragen scoren niettemin hoger, omdat ze behalve veel volume ook waarde creëren voor de lezer, zodat die een abonnement neemt. In die categorie situeert Wassink 'persoonlijke' en 'betrokken' verhalen, zoals verhalen die aangeven welke gevolgen een overheidsbeslissing heeft voor de portemonnee van de lezer. Daartegenover staan bijdragen die volgens de Nederlander weinig nut hebben voor het businessmodel: 'ver weg verhalen', 'zakelijk geschreven nieuws' en recensies bijvoorbeeld

creëren noch volume noch waarde. Die worden, aldus de insights manager, dan ook best vermeden.

### PERSONALISERING VAN HET NIEUWS

Contentoptimalisatie neemt meer en meer ook de vorm aan van personalisering van het nieuws. Alle mediahuizen zetten hier vandaag op in, omdat het de trouw aan het bedrijf kan vergroten en behalve nieuwe abonnementen ook verlengingen daarvan kan opleveren. Personalisering van het nieuwsaanbod is overigens van alle tijden, en biedt ook veel mogelijkheden. Denk alleen al

## Personalisering leidt in de praktijk vaak tot informatiebubbels

maar aan de selectieve distributie van regionaal of sportnieuws. Als West-Vlaming moet je niet meteen weten wat er in Limburg gebeurt, en autoliefhebbers hebben niet automatisch behoefte aan nieuws over korfbal. Zo werken mediabedrijven al snel met enkele tientallen publiekscategorieën, aan wie ze heel gericht informatie en reclame kunnen bezorgen. Toch heeft ook dit proces een keerzij-

de. Want zo'n personalisering leidt in de praktijk vaak tot informatiebubbels, groepen mensen die soms in heel verschillende realiteiten gaan leven. Terwijl een samenleving – en die van vandaag mogelijk meer dan ooit – nood heeft aan verbondenheid, aan *common ground*. Ook hierom is wat nu in de mediasector gebeurt meer waard dan enkel maar een debat onder nieuwsmanagers en IT'ers.

### REDACTIONELE AUTONOMIE

Redacties laten zich daarom nog niet meeslepen in het discours van insights- en andere managers. 'Natuurlijk kijken we ook naar wat u leest en niet leest online, en vooral hoelang u leest', gaf Bart Dobbelaere, digitaal nieuwsmanager bij *De Standaard*, in de krant zelf enige openheid van zaken. 'Maar spelen we dan enkel de plaatjes die u graag hoort? Nee, want we zijn een stelletje betweters. De kennis van al onze journalisten, hun metier, hun buikgevoel: dat leidt ons vooral in onze keuzes.'

Dat strookt met de redactionele lijn die Roland Legrand, digitaal nieuwsmanager bij *De Tijd*, voor zijn krant uiteenzet even verderop in dit dossier. En zonder enige twijfel is en blijft dat ook de lijn die het gros van de andere Vlaamse redacties voor zichzelf blijven zien in dit data-gedreven publiek-gefocusste mediatijdvak. Een survey van de Universiteit Antwerpen bij 231 Belgische politieke

journalisten, eind vorig jaar, bevestigde dat overigens. Publieksdata geraken dan wel steeds meer ingeburgerd op de nieuwsredacties, aldus de communicatiewetenschappers, maar ‘voorlopig lijkt dat nog geen grote impact te hebben op het politieke nieuws dat de redacties hun lezers aanbieden’. Voor ‘softe’ nieuwsberichten namen de onderzoekers wel degelijk een impact waar, maar niet voor ‘hard’ politiek nieuws.

### BELANGRIJKE WERF

Toch lijkt hier voor redacties een belangrijke werf te liggen de komende jaren. De dadruk zal met de voortschrijdende technologische mogelijkheden alleen maar toenemen. Net zoals de commerciële druk dat doet in economisch zware tijden. Beide komen samen in een vorm van mediamanagement dat met data en algoritmen in de hand, alles inzet op het behagen van

## Authentiek nieuws kan en mag niet altijd behagen

het publiek. Dat verandert – nogal geruisloos – het aanschijn zelf van de journalistiek – reden overigens waarom nieuwsmedia ook de plicht hebben transparant te zijn over hun nieuwe werkwijzen. Het wijzigt eveneens het verwachtingspatroon ten aanzien van elke journalist, met mogelijke gevolgen voor zijn of haar evaluatiescores, vergoeding of zelfs werkzekerheid. Maar authentiek nieuws kan en mag niet altijd behagen. Behalve wat het publiek wil vernemen, bestaat er zoiets

als wat het móet weten, wil een democratie goed functioneren. Marktlogica en journalistieke waarden zijn soms moeilijk verzoenbaar, zo was het altijd en zo zal dat blijven. Vergelijk het met de claim die we zelf vaak formuleren ten aanzien van de politiek om niet populistisch te zijn. Ook redacties mogen niet in die val trappen. Zij moeten hun autonome plaats blijven opeisen in de nieuwe, door data en publiekswensen gedreven mediacultuur. En sommige mediamanagers en IT-consultants mogen gerust weer op hun plaats worden gezet. Laat Chartbeat en SmartOcto dienen als inspiratie en zelfs oriëntatie, maar geen fetisj zijn. Journalisten moeten ze altijd kunnen monitoren, bijsturen en overrulen. Het bedrijfsmodel, data en publieksgerichtheid mogen dan het alfa van de journalistiek zijn, het omega mogen ze nooit worden.

## DRIE REDACTEURS GETUIGEN

### Ex-medewerker *Newsmonkey*

## ‘Data-analist bepaalde moment van publicatie’

‘In mijn tijd bij *Newsmonkey* analyseerde een fulltime data-analist de bezoekersgegevens van de website en sociale media. De wekelijkse redactievergaderingen begonnen met een overzicht van de cijfers. De best en slechtst scorende artikels werden er gepresenteerd. Als stukken het niet goed deden, werd besproken waarom dat zo was en hoe dat beter zou kunnen. Vaak moest de titel scherper, de afbeelding beter, of werd geconcludeerd dat het onderwerp lezers minder aansprak.’

‘Naast de gewone redactie was er een aparte redactie van een viertal mensen die de zogenaamde virals schreven. Denk aan lijstjes zoals *10 dingen die je doet als je examenstress hebt*, met de bijbehorende gifjes eronder. Op basis van de analyses had de datamedewerker drie tijdstippen van de dag aangewezen als beste moment om een viral te posten. Deze virals moesten bezoekers naar de site te trekken en de cijfers boosten, waarmee adverteerders werden aangetrokken.’

‘De data-analist bepaalde hoe laat je ten vroegste en ten laatste iets mocht publiceren en het minimum en maximum aantal artikels dat op een dag gepost mocht worden. Deze momenten en aantallen waren als optimaal uit de bus gekomen om bezoekers van sociale media naar onze site te trekken. Dit had invloed op de werkdruk, want er moest precies om de drie kwartier een artikel gepost worden. Een minuut te laat posten, leidde tot opmerkingen. Redacteurs moesten rap schrijven en de social manager moest razendsnel het juiste tekstje voor Facebook formuleren. Alle medewerkers hadden de statistieken dan ook permanent op een tabblad voor zich.’

‘De filosofie achter *Newsmonkey* was het vinden van een moderne manier om jonge lezers te geven wat zij het meest interessant vinden. Data-analyse is daar een onmisbaar onderdeel van. Dat leidde soms tot stress, of tot alweer een artikel over de panda’s van Pairs Daiza, maar als de cijfers omhoogschoten, gaf dat ook een feestelijke sfeer op de redactie. Ik ervoer geen concurrentiestrijd; als team werkten we samen om goede cijfers te realiseren.’



## Ex-medewerker *Het Laatste Nieuws* **‘Mails met bezoekers- aantallen’**

‘Toen *Het Laatste Nieuws* in de regio overstapte op een nieuw publicatiesysteem onder leiding van Frederik De Swaef (*intussen hoofdredacteur, nvdr.*), waren journalisten erop gebrand snel en veel ‘contentitems’ online te zetten. Om bezoekers naar de site te lokken, moet er vanaf de ochtend een constante stroom aan vernieuwing zijn. Journalisten worden niet betaald per uur, maar per ‘contentitem’. Als je veel tijd in een stuk steekt, betekent dit dat je minder items kan schrijven. Wie genoeg wil verdienen, neemt daarom persberichten over zonder ook maar een telefoontje te plegen. Een contentitem kan overigens ook een foto of video zijn. Journalisten worden aangemoedigd om zelf foto’s te maken, terwijl fotografen ook tekst moeten aanleveren. Omdat journalisten meer foto’s maken, zijn er fotografen aan de kant gezet.’

‘De data dicteren: er is een maximum aantal content-items dat je per maand mag aanleveren, zodat het budget niet wordt overschreden. Voor sommige mensen is dat 100 items, voor anderen 150. Ook ontvangt niet iedereen dezelfde prijs per contentitem. Lever je meer items aan dan het afgesproken maximum, dan worden die niet uitbetaald.’

‘Aan de hand van het aantal clicks dat deze constante stroom aan artikels oplevert, wordt bepaald wat er achter de paywall komt de staan. Populaire artikels zijn enkel voor abonnees beschikbaar. Items die goed scoren in de regio’s worden overgenomen door nationaal, zonder dat de journalist daar een extra vergoeding voor krijgt.’

Frederik De Swaef, die onlangs is opgevolgd door Lien Henderickx als chef regio, stuurde regelmatig mails rond waarin stond welke provincies hoge bezoekersaantallen haalden en welke provincies harder moesten werken. De meeste journalisten zijn echter niet zo bezig met de strijd tussen de regio’s. Clicks of gedegen inhoud bepalen niet of ze genoeg verdienen, het aantal aangeleverde contentitems wel.’

## Roland Legrand, digitaal nieuwsmanager bij *De Tijd*

### **‘Het gaat over méér dan clicks’**

‘Toen *De Tijd* datamonitoring introduceerde, vreesden journalisten dat er alleen nog naar clicks gekeken zou worden. Datamonitoring gaat echter over meer dan dat. Het toont hoeveel tijd lezers besteden aan een stuk en of ze doorklikken naar gerelateerd nieuws. Het vertelt ons of nieuwsbrieven en pushnotificaties het gewenste effect hebben. Ook geeft het inzicht in hoe mensen lezen: op werkdagen vooral via desktop, in het weekend meer via de app. Vandaag is datamonitoring volledig ingeburgerd. Journalisten komen zelf vragen hoe hun artikel het doet; vaak bevestigen de data dat onze journalisten hun lezers kennen en weten hoe ze een onderwerp op een aansprekende manier kunnen aanbieden.’

‘In mijn functie als digitaal nieuwsmanager pas ik advies van onze data-analist Davy Geens en informatie uit het programma Chartbeat toe om artikels zo slim mogelijk op de website en app te plaatsen. Onze eigen nieuws-hiërarchie blijft daarbij leidend. Sommige onderwerpen zijn minder populair, maar horen wel bij het merk *De Tijd* en dus blijven we ze brengen. Als we vinden dat een nieuwsbericht cruciaal is, dan krijgt het sowieso een pushnotificatie en prominente plek op site en app.’  
‘Data gebruiken we vooral om artikels beter aan te bieden. Als uit gegevens van Chartbeat blijkt dat lezers een volgens onze redactie belangrijk artikel niet lezen, dan zoeken we uit hoe dat kan. Maakt de titel het belang voldoende duidelijk? Is de foto een interessant beeld? Is er een sterkere tussentitel nodig om mensen verder te laten lezen? De data geven dit soort feedback, waarmee we aan de slag gaan. En nee, dat leidt niet automatisch tot clickbaittitels. De data tonen namelijk evengoed dat dit zich wreekt: lezers zijn snel weer weg als een titel verwachtingen wekt die het stuk niet inlost.’

**PHILIPPE DE BACKER, DIRK DRAULANS EN ERIKA Vlieghe OVER DE PERS IN CORONATIJD**

# ‘Maak ruimte voor nuances’

Te zien aan de uitstekende lees-, luister- en kijkcijfers kwijten de Vlaamse nieuwsmedia zich uitstekend van hun informatietaak in dit coronatijdperk. Toch roept bijvoorbeeld klinisch bioloog Herman Goossens (UA) op tot zelfbeinning, niet enkel bij politici en wetenschappers maar ook bij de pers. *De Journalist* nam de handschoen op en nodigde drie prominente actoren uit: federaal minister Philippe De Backer (Open VLD), hoofd van de nationale COVID-19 taskforce; epidemiologe Erika Vlieghe, voorzitter van de GEES (expertengroep die de corona-exit moet begeleiden); en journalist Dirk Draulans, bekend van *Knack* en ver daarbuiten.

**POL DELTOUR EN MONICA MORITZ**

**En, hoe goed of slecht heeft de pers het tot nog toe gedaan? Vallen er voor journalisten lessen te trekken uit de voorbije periode?**

**De Backer:** ‘Twee dingen voor mij: aan de ene kant was de pers terecht kritisch, maar vaak was ze ook zeer oppervlakkig. Sommige journalisten gooiden echt alles op een hoop: dé maskers, dé testen... Dat kun je alleen bestrijden door transparant te communiceren. Eind maart was er veel heisa over een tekort aan mondkmaskers en testcapaciteit, en toen heb ik besloten om daar dagelijkse updates over te geven. Dat heeft rust gebracht, na enkele dagen is de kritiek gestopt. Dat bewijst dat goeie informatie en communicatie werken. Jammer genoeg blijven sommige journalisten geloven dat je al dat gerief zomaar bij *bol.com* kunt bestellen.’

**Had die communicatie dan al niet van in het begin beter moeten zijn?**

**De Backer:** ‘Het heeft alleszins veel moeite gekost om de beeldvorming bij te sturen. Het volstond dat iemand riep dat ‘de testen’ onbetrouwbaar waren om alle testen af te doen als slecht. Wat de mondkmaskers betreft: de eerste bestellingen in februari en maart liepen inderdaad niet goed. Toen die eind maart toekwamen, ontstond zo het beeld dat het allemaal koffiefilters waren. Maar intussen hadden we bij de start van onze taskforce net alles gezet op kwaliteitscontrole. Hoe hadden we die slechte maskers anders kunnen ontdekken? Terwijl we veel dingen dus op zeer korte tijd goed hebben aangepakt, kwamen experts en zeker politici over als een stel idioten. Het is dan erg moeilijk om van dat slechte imago weer af te geraken – anekdotes

hebben nu eenmaal een grotere impact dan feiten. Van de 400 miljoen maskers die we uiteindelijk hebben besteld, was 95 procent van goede kwaliteit.’

**Vlieghe:** ‘Ook voor mij is transparantie essentieel. Dat heb ik geleerd uit mijn ervaringen met de ebola-epidemie. Hoe meer informatie, hoe minder ophef. Je moet natuurlijk wel de gelegenheid krijgen om een genuanceerde uitleg te geven. In het *Journalist* heb je hooguit 10 minuten om een complexe situatie te verduidelijken. Alles wordt vlug emotioneel geframed. Het was bijvoorbeeld fascinerend en tegelijk frustrerend om te zien hoe de informatie over de exitstrategie een eigen leven ging leiden. Journalisten pikken er één element uit – in dit geval was dat de regel van vier personen – en sabelen dat dan neer. Alle andere maatregelen waaraan hard was gewerkt om alles in goede banen te leiden, kregen nauwelijks aandacht. Dat gebeurt bijna systematisch. Er zijn natuurlijk wel journalisten die alles bekijken en rustig analyseren, maar die mediastormpjes vind ik toch teleurstellend.’

**Voel je je aangesproken, Dirk?**

**Draulans:** ‘Voor mij is het een oud zeer dat er zo weinig wetenschappers in de journalistiek terecht komen. Dat merk je nu ook. Aanvankelijk heeft de crisis iedereen verrast en was de journalist een soort doorgeefluik van wat experts en politici te vertellen hadden. Na een paar weken voelde je al dat journalisten zich begonnen uit te sloven om origineel uit de hoek te komen. Dan zijn ze virussen en



bacteriën dooreen gaan gooien, vaccins met geneesmiddelen gaan verwarren, alle soorten testen door elkaar gaan halen en met dubieuze statistiekjes afgekomen. *Asjeblieft*, zeg. Wat mij het meest heeft geërgerd, is de kritiek op de wetenschappers na een week of vijf. Je voelde dat journalisten hun gezag niet meer accepteerden. Meer en meer gingen journalisten vragen waarom experts en politici alles niet hadden zien aankomen. Terwijl we in een nooit geziene crisis zitten. Tja, dan volg ik de collega's niet meer.'

### Het ontbreekt journalisten aan kennis van zaken?

**Draulans:** 'Ja, en gelukkig kan een journalist dat enigszins opvangen door de juiste mensen te contacteren. Maar dat betekent wel dat men afstand doet van anekdotische journalistiek en niet op zoek gaat naar de zotste mensen om met alle geweld een origineel stuk te brengen. Er is geweldig veel *bullshit*-journalistiek verschenen. Ook op vrtnieuws.be, toen dat onlangs mannen aan het woord liet die alles zozegd 'al lang hadden zien aankomen' (*tekent geanimeerd aanhalings-teken in de lucht*). Iedereen zit van alles rond te bazuinen en er zal altijd wel

## 'Normaal zit de journalistiek bovenop de thema's milieu en klimaat, maar helaas niet nu, in de context van de transitie. Echt jammer'

DIRK DRAULANS

ergens iemand zijn die het toevallig meteen bij het rechte eind had. Maar als je die dan selecteert om de anderen als idioten te bestempelen, is dat toch compleet van de pot gerukt.'

### Hadden de media te weinig begrip voor het voortschrijdend inzicht in de coronacrisis?

**Vlieghe:** 'We hebben dat begrip moeten introduceren bij pers én politici. Over de virusgevoeligheid bij kinderen bijvoorbeeld is onder wetenschappers lang en hard gediscussieerd. Dat is normaal. Woon maar eens een congres van microbiologen en infectiologen bij! Dat verklaart ook waarom we onze veiligheidsadvie-

zen telkens weer moeten aanpassen. Toch blijven journalisten het daar moeilijk mee hebben.'

**De Backer:** 'Ik heb regelmatig journalisten aan de lijn die na een gesprek wel degelijk genuanceerde en correcte stukken brengen. Maar er zijn er ook die na 20 minuten uitleg– met alle *ifs* en *buts* die eigen zijn aan de wetenschap– verklaren: *Dat is te complex hoor, het maakt mijn stuk kapot, ik blijf bij mijn verhaal*. Dan hang je als journalist vast aan een vooropgestelde framing en ben je niet goed bezig. Zelf ben je hiertegen weerloos en ik heb het daar echt moeilijk mee.'

**Vlieghe:** 'Ik heb dat bijvoorbeeld



## 'Ook journalisten moeten kunnen accepteren dat er voor een crisis niet altijd pasklare antwoorden zijn'

ERIKA VLIEGHE

ervaren bij het begin van het mondmaskerdebat, toen het draagvlak voor dat mondmasker te klein was. De framing was meteen dat de politiek geen strikter gebruik *wilde*. Dat is geen correcte verslaggeving.'

### Is het dan niet eigen aan journalistiek dat ze, als secundair van de geschiedenis, momentopnames levert?

**Draulans:** 'Als je dagelijks bericht, kom je automatisch tot een versnippering van verhalen, maar toch moet je als journalist proberen het volledige plaatje in je achterhoofd te houden. Je blijven afvragen wat relevant is. Dan ga je van een bagatel niet dagenlang een dikke halszaak maken die bij het publiek blijft hangen.'

**De Backer:** 'Te veel journalisten begrijpen ook niet goed hoe in een complex land als België de besluitvorming verloopt. Dat maakt het voor sommige politici makkelijk om tegenover hen *verstopperke* te spelen en hun paraplu open te trekken. Ik ben zo tientallen keren gebeld over zaken waar de federale overheid totaal niets mee te maken heeft.'

### Heldere berichtgeving over corona veronderstelt ook dat politiek en

### wetenschap maximaal op dezelfde lijn zitten, terwijl ze in deze crisis soms wel op voet van oorlog lijken te zijn.

**De Backer:** 'Kijk, iedereen heeft recht op zijn eigen mening, maar niet op zijn eigen feiten. Neem contactopsporing. Natuurlijk verloopt die in een ideale wereld probleemloos. Maar elk land ziet daarmee af. Kijk naar Nederland, daar zijn ze er in Amsterdam en Rotterdam gewoon mee gestopt omdat ze niet kunnen volgen. Je mogelijkheden zijn natuurlijk niet eindeloos, en dus gaan politici en experts op zoek naar de best mogelijke oplossing. Bovendien moeten mensen ook *willen* volgen, en dat gebeurt evenmin altijd. Dat zouden journalisten ook moeten begrijpen, dat we niet in een ideale wereld leven.'

**Draulans:** 'Ik zit op dezelfde lijn. Nadat in maart de lockdown was afgekondigd en daarop meer en meer kritiek rees, gingen journalisten op zoek naar stemmen die bevestigden dat een lockdown contraproductief was voor het moreel en vooral voor de economie. Vanuit een of ander geloof in een ideale wereld ging de journalistiek dus in tegen de virologische realiteit en was ze eigenlijk de stem van mensen die de lockdown beu waren en niet langer opgesloten wilden zitten.'

En dan kunnen de experts weer helemaal opnieuw de noodzaak van zo'n ingreep gaan uitleggen.'

### Zeggen jullie nu dat sommige journalisten een negatieve invloed hebben gehad op de publieke opinie?

**De Backer:** 'Ja, journalisten hebben soms een slechte invloed. In onze buurlanden gaan de media toch zakelijker met de dingen om. Hier creëert de pers veeleer een soort emotioneel beeld van politici en experts, vaak gebaseerd op anekdotes en niet op het hele plaatje. Ze vergeet dan vaak dat veel dingen wel goed zijn gegaan, dat de uitdagingen compleet nieuw zijn en de omstandigheden zeer complex. Nogmaals: de pers kan en moet zeker kritische vragen stellen, en wij moeten die beantwoorden. Maar dat constant met de vinger wijzen doet geen recht aan het correcte werk van veel mensen, en heeft zeker een negatieve impact op de publieke opinie.'

**Vlieghe:** 'Er zijn journalisten die onverstaanbaar en technisch hun werk doen. *De Standaard* bijvoorbeeld publiceerde op zeker ogenblik een stuk over besmettingen op scholen waar ook wij iets konden van opsteken. Maar anderen volgen te veel de waan van de dag. Niemand was hierop voorbereid. Ik haat trouwens het woord *expert*: wat COVID-19 betreft, is niemand expert, want het gaat om een nieuwe en onvoorstelbaar gecompliceerde aandoening. Noem mij maar gewoon 'arts' of 'wetenschapper'. Maar goed, ongetwijfeld hebben we ook niet genoeg gecommuniceerd over wat we hebben gerealiseerd.'

### Dat was inderdaad een klacht van nogal wat journalisten...

**De Backer:** 'Toch oppassen: je kunt soms ook te transparant zijn. Zo publiceerden we tot voor kort al onze tests van maskers op de website van de FOD Economie. Martin Van Rijn, mijn evenknie in Nederland, zei me toen: *Nou, jullie hebben een heel handig systeem, daar maken we graag gebruik van (lacht).* We waren daar dus onze eigen concurrentie aan het organiseren. Dus hebben we de goed bevonden maskers van die website weggehaald. En dan beschuldigen journalisten ons ervan dat we niet transparant zijn en moeten we allerlei negatieve stukken ondergaan.'

### Er is ook een massa nepnieuws over corona verschenen, met name op sociale media, wat sommigen doet spreken van een infodemie. Wat valt daartegen te doen?

**De Backer:** 'Het klopt dat er nogal wat verhalen zijn verschenen die niet kloppen. Verschillende media hadden het bijvoorbeeld twee dagen lang over een Chinese fabrikant die zogezegd

meteen mondkmaskers kon leveren. Nu maakt die gast pampers en had hij geen enkel certificaat of wat dan ook voor mondkmaskers. De journalistiek helpt dan niet altijd om de gemoederen te bedaren. Ze wil meteen resultaten zien, terwijl zo'n aankoopproces toch veel tijd vergen.'

**Draulans:** 'Ook wat er is verschenen over hydroxychloroquine sneed soms geen hout. Je voelde meteen dat daar een luchtje aan zat, maar toch gingen journalisten erin mee. Ineens blijkt dat dan een wondermiddel te zijn en vragen journalisten waarom we daar geen voorraad van inslaan. Ook over een vaccin was de informatie vaak warrig. Voor een deel is dat de schuld van farmaceutische bedrijven of van wetenschappers die er belang bij hebben dingen te promoten, maar te veel journalisten snappen nog altijd niet hoe vaccins worden gemaakt en wat er nodig is om ze massaal te produceren. Zo lijkt het alsof we wel snel van COVID af zullen zijn en kantelt het hele debat in de foute richting.'

### Blijft dat de wetenschap zelf niet altijd op dezelfde lijn zit. Hoe weten journalisten dat ze met de juiste experts te maken hebben?

**Vlieghe:** 'Een wetenschapsredactie moet mensen met een gespecialiseerde wetenschappelijke achtergrond aan boord halen. Dat is toch evident. Het verbaast me nog elke dag dat journalisten bij me aankloppen met onnozele vragen. Als journalisten willen weten hoe een nieuwe golf er precies uit zal zien, dan vind ik dat een domme vraag. Geen idee! Ik heb geen glazen bol. Journalisten moeten ook eens kritisch nadenken over de vragen die ze soms stellen.'

**De Backer:** 'Journalisten moeten zich ook meer afvragen welk belang hun bron erbij heeft dat informatie in de media circuleert. Toen een journaliste ons aanviel omdat we niet meegingen met die Chinese fabrikant bijvoorbeeld, vroeg ik wie haar bron was. Eerst wilde ze dat niet kwijt, uiteindelijk bleek er toch een persoonlijk belang in het spel, en dat is een kwalijke invalshoek. Dat kreeg dan een hele pagina in de krant.'

### In het algemeen is er door de media toch massaal gecommuniceerd over de noodzakelijke veiligheidsmaatregelen. Tevreden daarover?

**De Backer:** 'Het punt is dat, als wij 50 maatregelen uitvaardigen, de pers er altijd wel eentje uitpikt waarover discussie bestaat – en mogelijk terecht.'



**'Journalisten hebben soms een slechte invloed. In onze buurlanden gaan de media toch zakelijker met de dingen om'**

PHILIPPE DE BACKER



## 'Als je met alle media bovenop hetzelfde zit, krijg je excessen en opgeblazen anekdotes'

DIRK DRAULANS

Je ziet dan, zonder veel situering, twee of drie mensen in het nieuws opduiken die het niet eens zijn met die maatregel. In zo'n context wordt het wel heel moeilijk om ons beleid goed uit te leggen.

**Vlieghe:** 'Ook ik denk in alle eerlijkheid dat de media ons niet echt hebben geholpen om maatregelen af te dwingen. Na elke nationale veiligheidsraad mis ik in de berichtgeving toch een goed overzicht. Hoe ziet dat set maatregelen er precies uit? Wat is er nu beslist? Bovendien lekken er tijdens een bijeenkomst van de raad al dingen druppelsgewijs uit. Daar komt dan in de media meteen commentaar op en voor je het weet gaat je mooie set van samenhangende maatregelen volledig de mist in.'

**Draulans:** 'De eerste maanden van de crisis kregen voortdurend experts het woord. Maar de mensen raakten het coronanieuws beu en opeens is dat weggevallen. De ellende is dat iedereen nu eigen verhalen zoekt. En als je met alle media bovenop hetzelfde zit, krijg je excessen en opgeblazen anekdotes.'

**Een gevleugelde uitdrukking wil dat als je politiek mengt met wetenschap, je politiek krijgt. En wat als nu ook de pers de blender ingaat? Wie haalt het in de driehoeksverhouding politiek-wetenschap-media?**

**Vlieghe (snel):** 'De politiek.'

**De Backer:** 'Wat in de kranten verschijnt, sijpelt bij ons door natuurlijk. Dan krijg ik daar soms een parlementaire vraag over en moet ik daar in de bevoegde commissie op antwoorden. Voor de transparantie is dat prima, en soms brengt die kritiek ook de zwakke punten van een beslissing aan het licht. Maar soms is zo'n stuk onjuist of heb je geen antwoord. We kunnen niet toveren. Daar gaat de pers dan niet altijd genuanceerd mee om, en dat maakt het soms moeilijk om te blijven functioneren.'

**Vlieghe:** 'Dit is voor iedereen een gecompliceerd verhaal, en de boodschap is dan ook: *maak ruimte voor nuances*. Ook journalisten moeten kunnen accepteren dat er voor een crisis niet altijd pasklare antwoorden zijn. Kijk maar naar de geschiedenis

van de wetenschap: tot voor kort bestonden de meeste vaccins nog niet en moesten we permanent met de dreiging van epidemieën leven. Mensen gaan er te veel van uit dat we vandaag alles perfect onder controle hebben. Als de pers dat beeld nog stimuleert, zitten we niet goed.'

**Draulans:** 'Daarom word ik zo kregelig van die zogenaamde opiniemakers die systematisch de wetenschappelijke expertise ondermijnen uit economische overwegingen. Ik sta bijna op het punt om te zeggen dat dit bestraft zou moeten worden, omdat het zo contraproductief werkt en de bescherming van de maatschappij in het gedrang brengt. Met dat discours komen ze wel in de pers en beïnvloeden ze de politiek. Onverantwoord is dat. Dat komt dan bovenop de *fake news*-circuits die de wetenschappers van verborgen agenda's verdenken, dat ze voor de farmaceutische industrie werken bijvoorbeeld, of stomweg de mensen willen koelioneren. Want je hoort de zotste dingen.'

**Vlieghe:** 'Blijkbaar heb ik ook 31 miljoen van Bill Gates gekregen!'

**Toch nog snel een glazenbolvraag: gaan we straks toch gewoon weer niet back to normal?**

**Draulans:** 'Wellicht wel, en mij stoort het daarbij dat ook de journalistiek bijna geen aandacht heeft voor een hernieuwing van de economie. Iedereen wil zo snel mogelijk weer gaan vliegen en feesten in Ibiza terwijl we nu de kans hebben om het roer om te gooien. Normaal zit de journalistiek bovenop de thema's milieu en klimaat, maar helaas niet nu, in de context van de transitie. Echt jammer is dat.'

# CORONASTEUN

## waar ook journalisten iets aan hebben

De coronacrisis is nog niet bezworen. Ook mediabedrijven beknibbelen, als gevolg van de tegenvallende advertentie-inkomsten. En dat hebben vooral freelancejournalisten en andere precaire statuten geweten. Gelukkig kwam de overheid de voorbije maanden met steun over de brug, bovenop de bestaande sociale bescherming. Enkele maatregelen zijn eind augustus uitgedoofd, maar andere blijven van kracht. Hierna volgt een bondig overzicht.

**CHARLOTTE MICHILS**

### ► VLAAMS BESCHERMINGSMECHANISME

Voor zelfstandigen is de belangrijkste deadline met stip die voor de aanvraag van het Vlaams beschermingsmechanisme, een premie waartoe de Vlaamse regering in de zomer vrijwel onopgemerkt heeft beslist. Ze is bedoeld voor zelfstandigen – ook freelancejournalisten dus – in hoofd- en – onder bepaalde voorwaarden – bijberoep.

De premie bedraagt 7,5 % van de omzet in de referentieperiode met een maximum van € 15.000 per onderneming. Voorwaarde is – zoals bij de vorige Vlaamse premies – dat je je omzet in het tijdsbestek tussen 1 augustus en 30 september met minimum 60 % zag slinken ten opzichte van dezelfde periode vorig jaar. Die omzetsdaling moet bovendien rechtstreeks verband houden met overheidsmaatregelen op federaal, provinciaal of lokaal niveau. Als de referentieperiode niet representatief is, bijvoorbeeld door zwangerschap of arbeidsongeschiktheid, kun je de voorgestelde periode vervangen door een andere mits motivatie. Je kan de premie aanvragen vanaf oktober; de uiterste deadline is 15 november. Meer details over deze maatregel vind je op je op [vlaio.be](http://vlaio.be).

### ► GEVELD DOOR HET VIRUS

We gaan er wat snel aan voorbij, maar ook als journalist kun je fysiek te maken krijgen met het virus dat ons zoveel parten speelt. In dat geval kunnen zelfstandigen al vanaf de eerste ziektedag terugvallen op een arbeidsongeschiktheidsuitkering, van zodra ze langer dan een week arbeidsongeschikt zijn. Die uitkering wordt toegekend voor elke dag van het jaar, behalve de zondagen, en varieert naargelang de gezinssamenstelling en de duur van de arbeidsongeschiktheid (korter of langer dan één jaar). Meer info over de bedragen op [journalist.be](http://journalist.be).

Dat bedrag kan je overigens opkrikken met een verzekering gewaarborgd inkomen. De verzekeraar stort dan de contractueel afgesproken maandelijks rente.

### ► ANDERE STEUNMAATREGELEN

Ook als je in de knoei zit met de betaling van je sociale bijdragen, kun je aanspraak maken op verzachtende maatregelen van overheidswege. Meer info daarover vind je op [journalist.be](http://journalist.be) en ook bij je sociaalverzekeringsfonds.

### ► CONTRACTUEEL

Komen er geen opdrachten meer je richting uit? Neem er ook eens je contract(en) bij, om te zien wat erin staat met betrekking tot gewaarborgde opdrachten of inkomsten. Weet ook dat je opdrachtgever nooit zomaar de samenwerking met je kan stopzetten. Doorgaans bevatten samenwerkingsovereenkomsten specifieke regelingen over beëindiging of overmacht. Contacteer bij twijfel het VVJ-secretariaat.

### ► LOONTREKKENDEN

De crisis maakt ook slachtoffers onder loontrekkende journalisten (en uitzendkrachten). Al van bij het begin schakelden de Vlaamse mediahuizen over op tijdelijke werkloosheid voor een deel van hun personeel, waaronder hier en daar ook journalisten.

Er zijn twee types van tijdelijke werkloosheid: tijdelijke werkloosheid wegens overmacht (lees: corona) en tijdelijke werkloosheid op grond van economische oorzaken. Het eerste systeem loopt in principe af eind augustus en wordt slechts selectief verlengd voor hard getroffen sectoren en ondernemingen. Dat is onder meer van belang omdat er in dit eerste systeem een hoger dagbedrag werd uitgekeerd.

Wie onder het tweede systeem (tijdelijke werkloosheid op grond van economische oorzaken) valt, krijgt tot het einde van het jaar een uitkering ten belope van 70 % van het gemiddelde loon. Het dagbedrag hier varieert van € 55,59 (gewaarborgd minimum) tot € 74,17. Op die bedragen wordt – eveneens tot het einde van het jaar – 15 % i.p.v. 26,75 % bedrijfsvoorheffing ingehouden. Het supplement van € 5,63 per dag, eigen aan het systeem van tijdelijke werkloosheid wegens overmacht, valt dan weg.

**Met de VVJ volgen we de situatie op de voet. Tevens een warme oproep om je persoonlijke situatie met ons te blijven delen, zodat we gepast kunnen optreden.**

Voor meer informatie over de steunmaatregelen voor journalisten: zie [www.journalist.be](http://www.journalist.be).



JAM BESTAAT 25 JAAR

# ‘Auteursrechten van journalisten blijven moeilijk te verdedigen’

De Journalisten Auteurs Maatschappij bestaat 25 jaar. Al een kwarteeuw int en verdeelt de beheersvennootschap auteursrechtelijke vergoedingen voor haar leden. Dat lijkt eenvoudiger dan het is. ‘Auteursrechten van journalisten blijven moeilijk te verdedigen.’

**ROBBE VANDEGEHUCHTE**

Martine Simonis, secretaris-generaal van de Franstalige journalistenbond AJP, stond in 1994 mee aan de wieg van de JAM. Op dat moment stond de wet op de reprografie nog in haar kinderschoenen. Het publiek, zo wilde de wetgever, kon van meet af aan kosteloos kopieën maken van onder meer persartikelen, maar daar zouden de uitgevers en auteurs via een inning bij fabrikanten en uitbaters van kopieerapparaten collectief voor worden vergoed. ‘In 1994 begon ik statuten te schrijven, er was geen budget en geen directeur’, herinnert Martine Simonis zich. ‘De belangrijkste opgave was toen om journalisten te overtuigen lid te worden van de JAM. Op die manier kon de vennootschap voor hen reprografierechten ophalen bij Reprobel en Auvibel.’

Dat leidde toen tot spanningen met andere auteursrechtmaatschappijen, die vonden dat journalisten niets te zoeken hadden met betrekking tot reprografie. Onder meer SABAM hield de boot af toen journalisten auteursrechten kwamen innen. Volgens huidig JAM-directeur Anne-Lize Vanraenem blijft die opvatting tot op vandaag school maken. ‘Nog altijd hebben sommigen het er moeilijk mee dat journalisten even goed auteurs zijn die een creatief proces doormaken, zoals muzikanten. Ook de fiscus doet daar soms nog moeilijk over. Auteursrechten van journalisten blijven jammer genoeg soms moeilijk te verdedigen.’

**RIJK**

‘Toen we startten ging het om een *co-fondation*’, vertelt RTBF-journalist Jean-Claude Verset. Ook hij was er van in

het begin bij, vandaag is hij voorzitter van het JAM-bestuur. ‘De AVBB, die de journalisten van de algemene media vertegenwoordigde, en de VJPP-AJPP, die de vakpersjournalisten groepeerde, zetten samen de schouders onder het project. Nu zijn beide verenigingen in elkaar opgegaan.’ Voor Verset is het vandaag vooral zaak om de verhoudingen met de uitgevers en de politieke wereld op peil te houden. ‘Telkens opnieuw moeten we hen ervan overtuigen dat auteursrechten voor journalisten belangrijk zijn.’ Volgens voormalig JAM-voorzitter Luc Standaert (*ex-Het Belang van Limburg* en tevens oud-voorzitter VVJ) waren de journalisten met de oprichting van de JAM ‘de werkgevers te snel en te slim af’. ‘Uitgevers gingen ervan uit dat auteursrecht was inbegrepen in de lonen – een hardnekkig discours. Uiteindelijk moest de overheid beslissen dat journalisten wel degelijk bovenop hun loon auteursrechten konden krijgen. Sindsdien hebben journalisten er alle belang zich aan te sluiten bij de JAM. Rijk word je er niet van, maar het is en blijft te veel geld om te laten liggen.’

Onder impuls van oud-directeur Frans Wauters verkaste de JAM van een pand in Woluwe naar de Zennestraat 21 in hartje Brussel. In dat Journalistenhuis namen ook de VVJ en AJP in 2012 hun intrek. ‘Met de aankoop van het pand in de Zennestraat hebben de drie verenigingen alleszins een wissel op de toekomst’, zegt Wauters. ‘Het feit dat ze eigenaar zijn staat ook garant voor onafhankelijkheid.’

**CENTRAL STATION**

Intussen heeft de JAM talloze veldslagen gevoerd. ‘We proberen al lang digitale reprografierechten bij de wetgever in de wacht te slepen’, weet Luc Standaert, ‘maar voorlopig is die lobby mislukt. In een ander dossier trokken de fabrikanten van kopieermachines dan weer aan het langste eind.’

Martine Simonis beaamt dat niet elke strijd gewonnen werd. ‘Het moeilijkste was om bij de uitgevers voor journalisten auteursrechtelijke vergoedingen te verwerven. Dat ging hard, zeker in Vlaanderen. Franstalige uitgevers zoals *L’Avenir* en *La Libre* getuigden al eens van visie en goede wil.’

De gespannen verhouding met de uitgevers culmineerde in



een rechtszaak met betrekking tot Central Station. Die digitale persknipseldatabank werd door de uitgevers opgericht en gecommmercialiseerd zonder dat de auteursrechten van de journalisten waren geregeld. De JAM kreeg van de rechtbank gelijk en kort nadien werd Central Station opgedoekt. 'Gelukkig is de rancune bij de uitgevers daarover vandaag weer weggeëbd', aldus Anne-Lize Vancraenem. Voormalig directeur Frans Wauters bevestigt dat de verhouding tussen de JAM en de uitgevers sinds enkele jaren weer beter is. 'Binnen de overkoepelende beheersvennootschappen Reprobél en Auvibel zijn we elkaar blijven tegenkomen, en mettertijd is de wederzijdse vijandigheid toch verdwenen.' Meer nog: bij Reprobél neemt de JAM nu al enkele jaren het voorzitterschap waar in de bestuursraad.

### GAFA

De jongste tijd heeft de JAM weer nieuwe katten te geselen. Een belangrijk dossier was enkele jaren geleden het hoogst onzekere fiscaal statuut van auteursrechtelijke vergoedingen. Samen met de VVJ heeft de JAM toen bij de fiscus een *ruling* verkregen die de vergoeding opsplijt in 50 procent auteursrechtelijk en 50 procent gewoon honorarium. Intussen diende zich een nieuwe grote uitdaging aan: van de techreuzen auteursrechtelijke vergoedingen loskrijgen voor het gebruik dat zij maken van journalistiek werk. Vooral Google en Facebook blijven met dat laatste miljarden binnenrijven die niet langer naar de traditionele mediahuizen

## 'Nog altijd hebben sommigen het er moeilijk mee dat journalisten even goed auteurs zijn die een creatief proces doormaken, zoals muzikanten'

Anne-Lize Vancraenem, directeur JAM

gaan. Een recente Europese richtlijn met betrekking tot *digital copyright* roept hen nu tot de orde. JAM-directeur Vancraenem: 'Het concretiseren van die richtlijn is een gigantische uitdaging, alle lobby's slijpen alvast de messen. Niet enkel moeten de GAFA-reuzen worden overtuigd om te betalen, bovendien moeten de vergoedingen ook nog eens op een faire manier worden verdeeld tussen uitgevers en journalisten. Hopelijk lukken we er nu in de richtlijn in België snel om te zetten in goede nationale wetgeving.'

## Word lid van de JAM

Iedereen met een regelmatige journalistieke activiteit kan lid worden van de JAM. De nodige documenten kun je downloaden op [www.jam.be](http://www.jam.be). Lidmaatschap kost eenmalig 50 euro.

Met je lidmaatschap word je vennoot in de coöperatieve vennootschap JAM en krijg je stemrecht op de algemene vergaderingen.

Via een eenvoudige regelmatige aangifte van je journalistieke werk kun je vervolgens systematisch aanspraak maken op vergoedingen voor reprografie (fotokopie), leenrecht en numerieke thuiskopie.

Je kunt ook je auteursrechten volledig overdragen aan de JAM. In dat geval behartigt de JAM ook je individuele auteursrechten ten overstaan van je werkgever of uitgever.

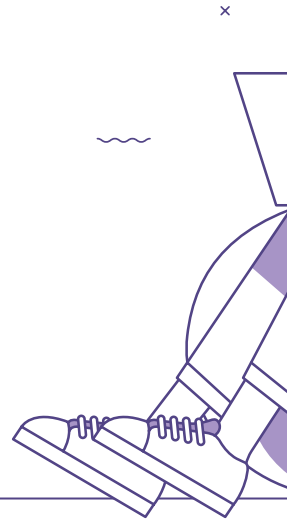


## IN CORONA- EN ANDERE TIJDEN

# Deze online trainingen zijn de moeite waard

Door de coronamaatregelen hebben vormingsinitiatieven voor journalisten er wereldwijd voor gekozen hun trainingen online te laten doorgaan. Als Belgische journalist heb je zo ineens toegang tot workshops die je in normale omstandigheden moeilijk zou kunnen bijwonen. Hierna een overzicht van de instellingen en organisaties met een waardevol webinar aanbod in corona- én in gewone tijden.

LINDA A. THOMPSON



## ICFJ-WEBINARS MET EXPERTS

Sinds de uitbraak van de pandemie heeft het ICFJ in het kader van hun Global Health Crisis Reporting Forum ruim 30 webinars georganiseerd met deskundige journalisten via Zoom en Facebook Live. De webinars spitsen zich toe op algemene onderwerpen zoals hoe journalisten aan zelfzorg kunnen blijven doen, maar ook op specifieke vaardigheden en onderwerpen. Bijvoorbeeld: hoe kunnen fotografen van thuis uit kwaliteitsvolle beelden blijven aanleveren? Daarnaast organiseert ICFJ ook geregeld webinars met gerenommeerde gezondheidsexperts. Alle webinars kunnen online worden herbekeken, maar als je ze live volgt, kan je de deskundigen ook vragen stellen via de chatfunctie.

**Volgend event?** Word lid van de ICFJ Global Health Crisis Reporting Forum Facebook-groep of schrijf je in op de ICFJ-nieuwsbrief.

## JOURNO RESOURCES

Deze Britse non-profit wil aan de ene kant de journalistieke industrie toegankelijker maken en aan de andere kant zo veel mogelijk mensen aan een baan of opdrachten helpen in diezelfde industrie. Tot nog toe vonden al hun masterclasses plaats in Londen en andere Britse steden, maar sinds de pandemie gingen ook zij online. Deelnemers aan recente workshops werden bijgepraat over *solutions journalism*, hoe een succesvolle nieuwsbrief opzetten, en hoe je journalistiek werk onder de aandacht te brengen via Instagram en andere sociale media.

**Volgend event?** Volg Journo Resources op Facebook of Instagram, of schrijf je in op hun nieuwsbrief.

## STICHTING VERHALENDE JOURNALISTIEK

Door de lockdown kon 'True Stories', de jaarlijkse conferentie van de Stichting Verhalende Journalistiek, midden mei niet doorgaan. De stichting besloot daarom om enkele van de masterclasses die normaliter tijdens dat evenement waren gegeven gratis online beschikbaar te maken. De focus ligt veelal op het omzetten van een goed idee in een product dat je geld oplevert, of dat nu een podcast, boekdeal of fotoreeks is.

**Volgend event?** Surf naar de website van Stichting Verhalende Journalistiek.

## ZOOMEN MET TIM HERRERA

Kort na het uitbreken van de corona-pandemie begon *New York Times* redacteur Tim Herrera een reeks Zoom-paneldebatten te organiseren. Iedere zondag nodigde hij een paar eindredacteuren uit die deelnemende freelancers tips geven en hun vragen beantwoordden. Door het laagdrempelige en gratis format, en de generositeit van de redacteuren en Herrera om freelancers te helpen op een moment dat zovelen onder hen het lastig hebben, werden de Zoom-sessies snel een overweldigend succes. Herrera besloot daarom de Zoom-sessies te organiseren op permanente basis en de thema's van de Zoomsessies uit te breiden naar talent- en loopbaanontwikkeling.

**Volgend event?** Schrijf je in op de nieuwsbrief *Freelancing with Tim* of volg Herrera op Twitter.



## EMERGING STORIES

Het Amsterdamse cultuurhuis Pakhuis De Zwijger organiseert sinds midden maart elke week een 'Emerging Stories'-paneldebat tussen internationale journalisten. Gastheer Kadir van Lohuizen neemt op vanuit Amsterdam, de drie gasten sluiten via Skype aan vanuit Ghana, Myanmar, Palestina en zo meer. Geen opleidingen dus, maar je krijgt wel inzicht in hoe journalisten wereldwijd de crisis beleven, hoe de manier waarop zij journalistiek bedrijven veranderd is. Voorbije events kunnen ook opnieuw worden bekeken.

**Volgend event?** Surf naar Pakhuis De Zwijger-website.

## ON POYNT

Ook bij het Amerikaanse Poynter Institute kan je terecht voor een op corona gefocust vraag-antwoordformat. Tijdens hun 'On Poynt'-webinars kunnen deelnemers de Poynter-experts vragen stellen over specifieke thema's zoals ethische berichtgeving en *factchecking* tijdens een pandemie, maar ook hoe een baan te vinden tijdens een pandemie. Poynter heeft ook besloten enkele van haar online bijscholingsopleidingen tijdelijk gratis beschikbaar te maken.

**Volgend event?** Surf naar de website van het Poynter Institute.

## VVJ ONLINE OPLEIDINGEN

Je kan nu ook twee opleidingen die VVJ in het verleden heeft georganiseerd online opnieuw bekijken: één over openbaarheid van bestuur (<https://bit.ly/323MvW0>) en één over journalistieke aansprakelijkheid (<https://bit.ly/3h59433>).

# NIEUWS UIT DE VVJ

## VIJFJAARLIJKSE HERNIEUWING ERKENNINGEN OP KOMST

Een blik op de officiële perskaart volstaat om te zien dat deze nog tot het einde van volgend jaar (2021) geldig is, dat is nog ruim een jaar. Vanaf Nieuwjaar 2022 hebben beroepsjournalisten dus nood aan een nieuwe officiële perskaart voor de volgende vijf jaar. Dat betekent dat de Erkenningscommissie in de loop van komend jaar alle zowat 2.500 Nederlandstalige beroepsjournalisten opnieuw moet screenen op het voldoen aan de erkenningsvoorwaarden. Naar goede gewoonte begint de Erkenningscommissie met het doornemen van de aanvragen van freelancejournalisten.

## ERKENNINGSCOMMISSIE WORDT VERNIEUWD

Over de Erkenningscommissie gesproken... Op 15 mei volgend jaar loopt het vierjarige mandaat van de huidige leden ten einde. Voor de vier jaar nadien zoekt de VVJ bijgevolg opnieuw 12 erkende beroepsjournalisten die de rol willen overnemen. Het gaat om 4 effectieve en 4 plaatsvervangende leden voor de Erkenningscommissie-eerste-aanleg en 2 effectieve en 2 plaatsvervangende leden voor de Commissie van beroep. Huidige leden kunnen zich opnieuw aanbieden, maar vanzelfsprekend is ook nieuw bloed heel welkom. Kandidaten kunnen zich melden bij VVJ-secretaris pol.deltour@journalist.be, graag met een kort biootje en een summiere motivering.

## SECTORRAAD MEDIA OPNIEUW SAMENGESTELD

De Sectorraad Media is opnieuw samengesteld voor vier jaar. Dat is de achttienkoppige raad die de minister van Media adviseert over het mediabeleid in Vlaanderen. Voor de VVJ zetelt opnieuw Jo Buggenhout, chef Buitenland bij VTM en VVJ-bestuurslid, in de Sectorraad. Zijn plaatsvervanger is Charlotte Michils, juridisch adviseur bij de VVJ.

- Journalisten die intekenden op de VVJ/AVBB-groepsverzekering beroepsaansprakelijkheid, willen we eraan herinneren dat hun verzekering dit jaar afloopt. De precieze einddatum hangt af van het individuele contract. Verzekeraar Generali zegde de polis op, nadat die voor haar onvoldoende rendabel was gebleken. De VVJ is intussen geruime tijd op zoek naar een nieuwe verzekeraar, maar dat loopt niet van een leien dakje. In afwachting probeert de VVJ zoveel mogelijk zelf financieel bij te springen voor journalisten die met gerechtelijke problemen te maken krijgen.
- Nog tot midden september kunnen Vlaamse journalisten deelnemen aan een Europese online enquête over journalistieke zelfregulering in het digitale tijdperk. Meer info vind je op [www.presscouncils.eu/Media-Councils-in-the-Digital-Age](http://www.presscouncils.eu/Media-Councils-in-the-Digital-Age). De Vlaamse link voor deelname aan de enquête verstuurd we vanuit de VVJ met een mail van 27 juli jl. en in onze digitale nieuwsbrief van 18 augustus jl.





Vlaamse Vereniging  
van Journalisten

FOTOGRAAF  
**ERIC DE MILDT**

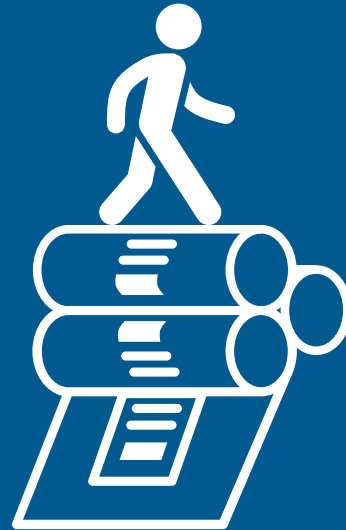
Verschenen in *De Morgen* op  
21 juli (online) en 22 juli (print) 2020.



FOTO GEKOZEN DOOR  
**WANNES  
NIMMEGEERS**  
FOTOGRAAF

Het is dubbel. Akram sterft na zijn arrestatie door de politie. Tijdens de protestactie na zijn dood staan politie en demonstranten oog in oog, maar alles verloopt vredig, ook omdat Akrams moeder de menigte bedaart. Goed nieuws, op het eerste zicht. Maar een serene demonstratie is sneller vergeten dan één met opstootjes, rellen en geweld. Akrams moeder overstijgt dat alles, zoals dit beeld van Eric De Mildt treffend toont.

**dejournalist** // september 2020



**VVJ nodigt al haar leden en  
sympathisanten uit op een**

## **STADSWANDELING DOOR DE BELGISCHE PERSGESCHIEDENIS**

**Brussel, zaterdag 12 september 2020**

Tijdens deze wandelvoordracht gaan we op zoek naar sporen die krantenredacties en journalisten in het Brusselse stadsbeeld hebben achtergelaten. We besteden aandacht aan enkele architecturale realisaties, we staan stil bij monumenten voor illustere journalisten en vertellen het verhaal van collaboratie en clandestiene pers, van fusies en overnames.

**Onze gids: Stefan Moens, stadsgids Brussel, docent  
Journalistiek Erasmushogeschool Brussel**

### **Praktisch**

We vertrekken om 10 uur aan het Centraal Station  
(het Europaplein voor de hoofdingang).

En we eindigen - voor wie het wil - met een lunch.

Deelname is gratis voor VVJ-leden en -sympathisanten.

Wel voor 7 september inschrijven via onze website [www.journalist.be](http://www.journalist.be).



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

De Raad voor de Journalistiek heeft in juli twaalf uitspraken gedaan. In een zaak ging het niet over een gepubliceerd artikel of een uitgezonden reportage, maar over de manier waarop de journalist een mogelijk cruciale getuige in een moordzaak had benaderd. De Raad oordeelde dat de journalist correct zijn werk deed en verklaarde de klacht ongegrond.

---

### DOSSIER 2020-25

## BENADERING VAN MOGELIJK CRUCIALE GETUIGE IN MOORDZAAK

Met het oog op een geplande reportage naar aanleiding van de eerste verjaardag van een moordzaak belde VTM-journalist Thomas Van Hemedonck met klagster. Die vond het feit dat hij haar belde en de inhoud van het gesprek een schending van haar privacy.

Ongegrond, oordeelt de Raad. De redactie heeft het telefoonnummer van klagster gevonden via haar contacten en de journalist heeft haar eenmalig gebeld, wat geoorloofd is en behoort tot het normale journalistieke werk. Geen van beide elementen schenden het privéleven. Hetzelfde geldt voor het feit dat de journalist op de hoogte was van gegevens uit het gerechtelijk onderzoek, zoals de vermelding van de naam klagster in het dossier en de mogelijke omschrijving als 'cruciale getuige'. Ook het feit dat de journalist in het telefoongesprek naar die gegevens verwees, betekent geen schending van de privacy. De journalist heeft klagster gecontacteerd om zijn gegevens af te toetsen, er met haar over te spreken en eventueel in de geplande reportage haar standpunt weer te geven, wat journalistiek correct is.

---

### DOSSIER 2020-14

## GEEN WEDERHOOR VOOR 'JAGERS'

Hubertus Vereniging Vlaanderen diende een klacht in tegen TV Limburg vanwege een reportage over de verdwijning van wolvin Naya. Daarin zei Sil Janssen van het Natuurhulpcentrum in Oudsbergen dat hij, zonder het te kunnen bewijzen, zeker was dat Naya doodgeschoten is door jagers. Hubertus Vereniging nam daar aanstoot aan wegens ontoereikende journalistieke omkadering en gebrek aan wederhoor.

De Raad ziet geen probleem met de omkadering van de reportage en zegt dat het principe van wederhoor vóór uitzending niet van toepassing was, omdat de reportage ging over jagers in het algemeen en niet over een specifiek identificeerbare persoon, vereniging of organisatie. Verder vermeldt de reportage dat het niet zeker is of wolvin Naya dood

is, waarmee ze andere pistes openlaat. Ten slotte maakt de reportage deel uit van een lopend nieuwsverhaal en heeft TV Limburg in de eerstvolgende uitzending jagers, bij monde van een vertegenwoordiger van Hubertus Vereniging Vlaanderen, de kans gegeven om te reageren. De Raad verklaarde de klacht ongegrond.

---

### DOSSIER 2020-15 & 16

## IDENTIFICATIE VAN VOETBALLER IN RECHTZAAK

De artikels op *Nieuwsblad.be* en *HLN.be* gaan over voetballer Jinty Caenepeel, die zich voor de rechtbank moest verantwoorden voor een vechtpartij. De sites vermelden daarbij ook eerdere veroordelingen die hij opliep voor andere feiten. Caenepeel speelde op hoog niveau bij AA Gent, Cercle Brugge, FC Eindhoven en Excelsior uit Rotterdam. Afgelopen seizoen kwam hij uit voor RFC Knokke in tweede amateurklasse. Door hem bij naam te noemen, belemmeren en schaden de artikels zijn voetbalcarrière, zegt hij.

Gezien de publieke rol die Caenepeel speelde en speelt in het voetbalmilieu en gezien de mediabekendheid die hij in dat milieu geniet, kan hij volgens de Raad beschouwd worden als een publiek figuur. Bij gerechtelijke verslaggeving is het geoorloofd om een publiek figuur volledig te identificeren, wat volgens de richtlijn over identificatie in gerechtelijke context geldt voor zowel verdachten als veroordeelden. Gezien de lopende rechtszaak en de eerdere veroordelingen zijn beide elementen zijn van toepassing. Daarom verklaarde de Raad de klachten ongegrond.

---

### DOSSIER 2020-18 T.E.M. 24

## ONGEGRONDE VERDACHTMAKINGEN TEGEN BOUWBEDRIJF: ZES KEER NEEN, EEN KEER JA

Bouwbedrijf dhulst' diende een klacht in tegen zeven media. Dhulst' is het bedrijf van de echtgenote van gewezen algemeen directeur Peter

## 'De journalist spreekt van een pikant detail, wat gezien de opmerkelijke combinatie geoorloofd is, maar uit bij zijn vaststelling geen ongegronde verdachtmakingen of beschuldigingen'

Claes van de VRT. In een artikel over het conflict aan de top van de VRT tussen Claes en de andere directieleden en over een exclusief contract met een freelanceregisseur noemde *De Standaard* het een pikant detail dat bouwbedrijf dhulst' op zijn website uitpakt met de realisatie van een mooie villa, die werd gebouwd in opdracht van de freelanceregisseur. Vijf andere media (Belga, *Het Nieuwsblad*, *GVA.be*, *Tijd.be* en *De Morgen.be*) borduurden voort op dit artikel met reacties van directie en vakbonden bij de VRT en van Audit Vlaanderen.

De Raad verklaarde de klachten tegen *De Standaard* en deze vijf media ongegrond. In zijn artikel in *De Standaard* stelt de journalist vast dat gewezen VRT-directeur Claes een exclusiviteitscontract sloot met de freelanceregisseur en dat die regisseur zijn villa liet bouwen door het bouwbedrijf van de echtgenote van Claes. Die twee feiten worden niet betwist en het is journalistiek geoorloofd om feiten, die door hun combinatie opmerkelijk zijn, naast elkaar te plaatsen. De journalist spreekt van een pikant detail, wat gezien de opmerkelijke combinatie geoorloofd is, maar uit bij zijn vaststelling geen ongegronde verdachtmakingen of beschuldigingen tegenover bouwbedrijf dhulst'.

De Raad volgt dezelfde redenering voor de vijf andere artikels, die focussen op de reacties van directie en vakbonden bij de VRT en van Audit Vlaanderen. Ze plaatsen, elk binnen hun context, feiten naast elkaar die door hun combinatie opmerkelijk zijn, maar uiten daarbij geen ongegronde verdachtmakingen of beschuldigingen tegenover bouwbedrijf dhulst'.

Dat gebeurde volgens de Raad wél in een artikel van *HLN.be*. Ook dat ging over de reactie van de socialistische vakbond op het contract dat Peter Claes afsloot met de freelanceregisseur. Maar bij het artikel stond een foto van de echtgenote van Claes/zaakvoerster van dhulst' en het logo van het bedrijf, met als bijschrift: 'Ook bouwbedrijf dhulst', geleid door de vrouw van Claes, komt in opspraak', terwijl het bedrijf in het artikel zelf nergens ter sprake kwam.

De Raad is van oordeel dat *HLN.be* het bedrijf op deze manier verdacht maakte zonder enige aanwijzing wat de grond daarvoor zou kunnen. De link tussen de inhoud van het artikel en de erbij gepubliceerde foto is volkomen onduidelijk. Het bijschrift bij de foto dat het bedrijf in opspraak komt, wordt op geen enkele manier beargumenteerd of geduid en het artikel brengt geen enkel element aan dat dit bijschrift onderbouwt. Dit strookt niet met het principe dat een journalist geen ongegronde verdachtmakingen of beschuldigingen uit en daarom is deze klacht gegrond.

### DOSSIER 2020-17

## VRIJHEID OM FEITEN OF UITSPRAKEN HUMORISTISCH, MET OVERDRIJVING EN PROVOCEREND OP DE KORREL TE NEMEN

Vicepreses Wolfgang Van der Veken Vyncke van studentenvereniging KVHV Gent diende aan klacht in tegen presentator Vincent Byloo en zijn gelijknamige programma op Radio 1. Van der Veken Vyncke had in *De Afspraak* op Canvas gezegd dat er geen banden zijn tussen KVHV en Schild & Vrienden en dat hij geen lid was of is van Schild & Vrienden. Byloo raadde hem in zijn programma aan om nog eens te kijken naar de Pano-reportage over en de Facebookpagina van Schild & Vrienden en draaide vervolgens *Liegebeest* en *Little Lies*, met daarop de uitspraken van Van der Veken Vyncke uit *De Afspraak* gemonteerd. Volgens Van der Veken Vyncke maakte Byloo hem belachelijk en beschuldigde hij hem zonder kans op wederhoor.

Ongegrond, zegt de Raad. Het gaat om satire waarin Byloo, in zijn eigen ludieke en spottende stijl, de uitspraken van Van der Veken Vyncke in een lopend maatschappelijk debat confronteert met gegevens die klager niet tegenspreekt. Als auteur van een cartoon of column geniet een journalist een grotere mate van vrijheid om zijn mening te geven en om conclusies te trekken uit de feiten dan in feitelijke berichtgeving, daarbij inbegrepen de vrijheid om feiten of uitspraken humoristisch, met overdrijving en provocerend op de korrel te nemen of ermee te spotten.

LEES DE  
VOLLEDIGE  
UITSPRAKEN OP  
WWW.RVDJ.BE

# ‘Plots had ik geen inkomen meer’

**TIM DEVRIESE**

**VROEGER**

Freelancejournalist

**NU**

Senior social media manager  
& community manager bij DG  
Trade



## TIM DEVRIESE (31) WERD SOCIAL MEDIA MANAGER

'Na mijn studie Scandinavistiek woonde ik een jaar in Denemarken. Ik was nog niet helemaal klaar om te gaan werken en toen een vriendin enthousiast vertelde over haar studie journalistiek, dacht ik: dat is iets voor mij. Ik keerde terug naar Brussel om de master Journalistiek aan de Erasmushogeschool te volgen en liep stage bij *De Standaard*. Omdat ik een breed interesseveld heb, schreef ik over alles: van lippenstift tot wereldhandel.'

'Na mijn stage waren er geen vacatures, maar ik kon wel starten als beautyjournalist bij *De Standaard Magazine*. Hoewel ik dat als freelancer deed, werd me duidelijk gemaakt dat ik artikels over beauty altijd eerst aan hen moest aanbieden. Omdat ik van deze opdracht alleen niet kon leven, nam ik twee parttime communicatie-jobs aan: bij Groen in Brussel en bij cultuurhuis DE Studio in Antwerpen. Ik probeerde mijn journalistieke werk uit te bouwen, maar het label beautyjournalist zat me in de weg. Omdat ik over schmink schreef, werd ik niet serieus genomen als ik andere topics voorstelde.'

'Toen ik stopte in de politiek en vlak daarna mijn job bij DE Studio wegbezuinigd werd, was ik in 2017 plots freelance journalist in hoofdberoep. Gelukkig zocht *BRUZZ* freelancers en kon ik een paar dagen per week meedraaien op de redactievloer. Ik deed de ochtendshift en genoot van de buzz wanneer het nieuws om 6 uur begon binnen te lopen. Ook maakte ik er de lokale en nationale verkiezingen mee, wat een geweldige ervaring was. Ik had er – net als bij *De Standaard* – ook fijne collega's. Ik ben fier op de stukken die ik bij *BRUZZ* geschreven heb. Zo hebben mijn reportages het onderwerp chemsex, een fenomeen waarbij mannen verslavende drugs gebruiken tijdens groepsseks, mee op de agenda gezet.'

'Toch woog de voldoening die mijn werk gaf niet op tegen de onzekerheid. In de hele sector slonken budgetten, werden opdrachten geschrapt en tarieven verlaagd. Het zou toch niet zo mogen zijn dat journalisten tegen bodemprijzen moeten werken omdat ze zo gedreven zijn? Noem het bourgeois van mij, maar ik wil een comfortabel leven kunnen leiden. Het was bovendien nooit mijn keuze om freelancer te zijn. Ik werd in dat statuut geduwd, met alle administratie en sales die daarbij horen. Sommige mensen krijgen vleugels van de vrijheid die freelancen geeft, maar ik heb het businessinstinct

niet om mezelf en mijn ideeën te verkopen. De verhalen die ik wilde schrijven, bijvoorbeeld over LGBTQ+, werden door Vlaamse media als te niche bestempeld. Ik kreeg vaak nee te horen, of helemaal geen antwoord op voorstellen. Op den duur nam ik dat heel persoonlijk.'

'Ook na twee jaar bij *BRUZZ* kon ik geen contract krijgen. In augustus 2019 hakte ik na lang nadenken de knoop door. Eind van het jaar nam ik een nieuwe job aan als communicatiemedewerker bij de Brusselse Kamer van Koophandel. Aan het begin van de COVID-19-crisis werd dat contract door omstandigheden stopgezet. Omdat ik te kort in loondienst had gewerkt, had ik nergens recht op. Ik viel volledig zonder inkomsten, ook al heb ik als freelancer jarenlang belasting en sociale bijdragen betaald. De RVA kan me nog steeds niet vertellen of ik recht had op een uitkering.'

**'Omdat ik te kort in loondienst had gewerkt, had ik nergens recht op, ook al had ik als freelancer jarenlang belasting en sociale bijdragen betaald'**

'Solliciteren in deze periode was een ramp. Voor elke baan waren er honderden kandidaten. Ik ben dan ook heel blij dat ik kon beginnen als senior social media manager en community manager bij DG Trade, de administratie van de Europese Commissie die handelsverdragen afsluit. Handel interesseert mij mateloos en het is super om in een internationaal bedrijf te werken. Mijn collega's heb ik nog niet ontmoet, want ja, iedereen werkt voorlopig thuis.'

'Ik weet dat er met mijn nieuw baan een soort van zekerheid op mij is afgekomen. Toch blijf ik op mijn hoede. Is dit wel echt? Voor nu wens ik mezelf dus vooral een beetje mentale rust toe. Ik weet niet of ik ooit weer zal gaan schrijven. Met journalist Max De Moor maak ik wel een podcast, *Scheefbekeken*. We praten over zaken als biseksualiteit, *pride* en *queer* in quarantaine. Dat is mijn creatieve uitlaatklep.'

'Wat ik jonge journalisten zou meegeven? Ik zou het willen omdraaien en hoofdredacties adviseren: koester jong talent. Maak plek voor en train jonge journalisten. Geef freelancers vaste aanspreekpunten en betere voorwaarden. En de overheid moet dringend met een beter statuut komen. Jonge journalisten moeten onwaarschijnlijk flexibel zijn en meerdere statuten combineren, maar als ze zonder werk vallen, toont de overheid zich onbuigbaar. Dat is toch niet serieus?'

*Opgetekend door Selma Franssen*

Eind 2019 publiceerde *De Morgen* een twaalfdelige reeks over de groeiende antivax-beweging in Vlaanderen, en daarvoor kregen de journalisten **Sara Vandekerckhove** en **Femke van Garderen** nu de jaarlijkse prijs van SKEPP.

**SKEPP** staat voor Studiekring voor Kritische Evaluatie van Pseudo-wetenschap en het Paranormale, en wil met zijn prijs 'de Zesde Vijs' een pluim geven aan wie zich verdienstelijk maakt in het verspreiden van objectieve wetenschappelijke kennis. Sara en Femke belichtten de toenemende vaccintwijfel in Vlaanderen vanuit allerlei invalshoeken en gingen daarbij ook undercover bij anti-vaxers zelf.

Van hieruit veel sterkte gewent aan **Sofie Vanlommel** van *De Tijd*, die zich begin juli vrijwillig aanmeldde als proefpersoon voor een vaccin tegen corona in het UZ Gent. Als patiënt BE-001-041 werd Sofie op 6 juli geïnjecteerd met het experimentele vaccin CV07050101, een middel dat eerder op muizen, ratten en apen werd getest. Sindsdien geen nieuws meer van Sofie, maar doorgaans staat dat voor goed nieuws.

**Wim Verhoeven** is sinds half augustus de nieuwe hoofdredacteur van *Trends*. Hij komt in de plaats van **Daan Killemaes**, die wel aan boord blijft bij het economische weekblad van Roularta. Wim Verhoeven (51) begon zijn loopbaan op de regionale redactie van *Het Laatste Nieuws* en was van 2012 tot 2016 hoofdredacteur van die krant. Vervolgens ging hij aan de slag als communicatiedirecteur van Open VLD.

**Merijn Casteleyn** stopt als vast welerjournalist van VTM en keert

# ONDER EMBARGO

op 1 september terug naar het onderwijs. Vijftien jaar werkte hij voor VTM, eerst deeltijds, sinds 2013 fulltime. 'Maar vorig jaar, tussen de Giro en de Tour, is er iets geknakt, ik wilde weer meer tijd om papa en echtgenoot te zijn', aldus Merijn (42).

Wordt **Stijn Tormans** van *Knack* de nieuwe directeur-generaal van **De Lijn**? Het zou zomaar kunnen, nu Stijn open en bloot bij de Vlaamse regering voor de job heeft gesolliciteerd. Zo hoopt hij **Roger Kesteloot**, ook al een oud-journalist, op te volgen. Zelf meent Stijn alvast perfect aan het jobprofiel te voldoen: 'een witte merel', 'een people manager met management skills', 'iemand die van alle markten thuis is' en vooral: 'die ook een hart heeft voor het openbaar vervoer'. Qua looneisen belooft onze collega schappelijk te zijn, althans in ruil voor het schrappen van alle reclame op de vensters van bussen en trams, die toch maar een habbekrats en veel hoofdpijn opleveren.

Dat journalisten het kunnen maken bij het openbaar vervoer, bewijst intussen **Benoît Gilson**, een voormalige journalist van *La Dernière Heure*. Hij wist zopas op te klimmen tot ceo van **Infrabel**. Benoît werkt intussen vijftien jaar voor de spoornetbeheerder. Aanvankelijk was hij er communicatiedirecteur, later werd hij strategisch directeur.



**Roger Simons** is niet meer. Ruim veertig jaar bracht hij voor de VRT vanuit Londen verslag uit over wat er over het Kanaal reilde en zeilde. Tot aan zijn pensioen in 1992 was Roger erkend beroepsjournalist, wat hem niet belette nog tien jaar langer vanuit zijn tuin in Londen berichten te blijven doorsturen. Roger Simons werd 93 en blijven we gedenken om zijn heel eigen, naar het aristocratische neigende stem en stijl.

Eveneens vertrokken naar een onbestemde bestemming - zoals het mooi op zijn eigen doodsprentje staat - is **Dirk Veldeman**. Dirk werkte lange tijd voor Belga, was vervolgens nog een paar jaar hoofdredacteur van de Oost-Brabantse regionale omroep ROB-tv en eindigde zijn loopbaan als woordvoerder van de EVP (de christendemocratische volkspartij in het Europees Parlement). Hij werd 73.

**Bart De Pauw - Douglas De Coninck**: tussenstand 0-1. Begin dit jaar publiceerde Douglas in *De Morgen* een artikel met de

boodschap dat Bart De Pauw, die zoals bekend een proces boven het hoofd hangt voor ongepaste intimiteiten, zich zou verschuilen achter het argument dat iemand anders zijn gsm zou hebben gebruikt om de gelaakte boodschappen te versturen. Iets wat Bart voluit ontkent, en waarvoor hij van Douglas een schadeloosstelling vraagt.

In de aanloop naar het artikel had DDC een telefonisch gesprek met de advocaat van BDP, meester **Michaël Verhaeghe**. En omdat Bart meent dat uit dat korte interview blijkt dat de journalist onbehoorlijk tewerk is gegaan, eiste hij in een tussengeding alvast dat Douglas de opname van dat gesprek zou voorleggen. Douglas van zijn kant stelde dat die opname er gewoon niet was. En ook de **rechtbank van Brussel** ziet geen reden om de journalist tot wat dan ook te verplichten. 'In de regel beslist een journalist bij het vergaren van informatie in alle vrijheid of hij een gesprek al dan niet opneemt', staat in het vonnis van eind juni. 'Gelet op de bescherming van het bronnengeheim kan zulks niet opportuun zijn.' Zo lezen we het graag.

In ons vorige nummer interviewden we **Joyce Azar**, onder meer over haar website *DaarDaar*, waarmee ze Franstalige Belgen in het Frans informeert over wat er reilt en zeilt in Vlaanderen. Daarbij lieten we na een link te leggen met een bijna volmaakt spiegelproject, dat Nederlandstaligen op de hoogte wil houden van wat er zoal allemaal in Wallonië leeft. *Waa's Weekblad*, heet het online magazine, en het wordt intussen ruim tien jaar gemaakt en verspreid door **Ren de Vree** - een Nederlander nota bene. Een jaarabonnement op

www.waalseweekblad.be kost normaal 20 euro, maar journalisten kunnen het gratis krijgen.



Journalistiek en kunst, feiten en creaties, factie en fictie... Op het eerste gezicht zijn het water en vuur, antipolen die elkaar afstoten, zoals als Peter Mertens en Barbara Pas. Toch slaagt journaliste **Hilde Van Canneyt** erin een mooie brug te slaan tussen beide, in een nieuw interviewboek dat ze net heeft uitgebracht. De publicatie bevat de neerslag van 125 gesprekken met Vlaamse en Nederlandse kunstenaars, over wat hen drijft en bezielt. Uitgever is Borgerhoff & Lamberigts. Meer info op [www.hildevraagt.be](http://www.hildevraagt.be).

Nog zo'n brug tussen journalistiek en cultuur slaat **Concertnews.be**, dat intussen sinds 2008 concerten en andere podiumvoorstellingen verslaat. Door de coronacrisis ontbreekt het het platform natuurlijk aan noemenswaardige content, reden waarom hoofdredacteur Bert Hertogs zijn blik meer en meer richting film wendt. In dat perspectief verwerf Concertnews.be zopas de domeinnamen Filmnews.be en Filmnews.nl.

De Nederlandse radiozender **NH Radio** is aan het experimenteren geslagen met een robot die het nachtnieuws leest. Toch maakt

VRT-nachtnieuwslezer **Chris Van den Abeele** zich niet al te veel zorgen. 'Het geweldige voordeel is dat een robot nooit in slaap valt, iets wat mij één keer is overkomen', zegt hij op [vrtnieuws.be](http://vrtnieuws.be). 'Maar verder zie ik er geen enkel voordeel in.' Het experiment van de Noord-Hollandse Radio bevestigt alvast dat een robot het uiterst moeilijk heeft om de context van een nieuwsitem in te schatten en zich aan te passen daaraan. Het vertalen van emotie naar een algoritme is duidelijk nog niet voor morgen.

De strijd tegen fake news wordt wereldwijd opgevoerd. Zo ontwikkelde **RNW Media**, een internationale stichting die is voortgekomen uit Radio Nederland Wereldomroep, een specifieke toolkit voor journalisten die het fake news over corona willen aanpakken. Dat gebeurde in samenwerking met de OVSE (Organisatie voor Veiligheid en Samenwerking in Europa), zodat journalisten er wereldwijd gratis gebruik kunnen van maken. De toolkit leert je fake news over corona te herkennen en te ontkrachten. In een 'Debunkers Database' kun je ook zelf rondsuzzende fake-newsverhalen melden. <https://infodemictoolkit.org/en/>

Intussen heeft **Facebook** een nieuwe partner ingeschakeld voor de aanpak van fake news op haar platformen (waaronder ook Instagram) in België. Het gaat - enigszins vreemd toch - om **AFP** (Agence France Presse). Dat versterkt nu het in maart al aan het werk gezette regiment Belgische factcheckers die worden geleverd door het magazine *Knack* en - wat ook al zo'n vreemde keuze was - het Duitse persagentschap **DPA**.

Een oproep vanuit justitie. Het **College van Hoven en Rechtbanken** herinnert aan zijn vraag om bij het berichten over een gerechtelijke uitspraak geen persoonlijke gegevens van magistraten bekend te maken. Dat heeft niet alleen met privacy te maken, heet het, maar ook met veiligheid. Bovendien wordt een gerechtelijke uitspraak gedaan 'in naam van een instituut - in dit geval de rechtbank - en geenszins ten persoonlijke titel'.

Voor de oproep valt zeker iets te zeggen, maar toch kan men zich gevallen indenken die het noemen van namen van magistraten aannemelijk maken. Dan gaat het bijvoorbeeld om procureurs of rechters met verantwoordelijke functies, of nog magistraten die discutabele beslissingen nemen. Aan elke redactie, kortom, om in eer en geweten, met de Code voor deontologie in de hand, de juiste afweging te maken.

En nog een oproep, vanuit de media-onderzoeksgroep **imec-SMIT van de VUB** deze keer. Zij roept de Vlaamse redacties op om zich te bezinnen over de mate waarin ze al dan niet aan 'zelfpromotie' doen voor merken uit de eigen mediagroep. Imec-SMIT doet die oproep nadat het vaststelde dat met name bij DPG Media de krant *Het Laatste Nieuws* en zender VTM de laatste tijd meer naar elkaar zijn gaan verwijzen. En dat niet enkel voor journalistieke programma's, maar ook voor entertainment.

Volgens VUB-professor **Karen Donders** kan dat leiden tot een 'scheeffrekking'. Bovendien is het ten overstaan van de consument 'niet heel transparant'. Redenen waarom enige journalistieke

zelfreflexie op de plaats is, zegt ze. Het VUB-onderzoek gebeurde overigens op verzoek van een andere mediagroep, SBS.

Iemand nog iets van **Blendle** gehoord, de Nederlandse digitale nieuwskiosk die losse artikelen uit een hele reeks kranten en tijdschriften aanbiedt tegen betaling (met een return van 70 procent naar de originele uitgever)? Wel, oprichter **Alexander Klöpping** heeft Blendle verkocht aan het Franse platform Cafeyn, dat iets gelijksoortigs doet. Ondanks grote en internationale aspiraties geraakte Blendle nooit uit de rode cijfers.

Het Grondwettelijk Hof buigt zich momenteel over een nieuwe bepaling in het Consular Wetboek die **diplomatieke bijstand** van overheidswege ontzegt aan Belgen in oorlogszones of andere onveilige gebieden waarvoor Buitenlandse Zaken een negatief reisadvies geeft. In al haar algemeenheid is die regeling ook toepasselijk op journalisten - terwijl het toch tot hun verdomde job behoort om zich ook naar zo'n plaatsen te begeven. De VVJ/AVBB vroeg het **Grondwettelijk Hof** dan ook om de wet in die zin te lezen en te doen aanpassen. Op 18 juni werd de zaak gepleit, op het arrest is het nog even wachten.

*Het volgende nummer verschijnt op dinsdag 20 oktober 2020.*

© Photonews

# 32<sup>STE</sup> FILMEVENT



**DONDERDAG 29 OKTOBER 2020 - 19.00 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](http://WWW.JOURNALIST.BE).  
SNEL INSCHRIJVEN IS DE BOODSCHAP: WEGENS CORONA IS HET AANTAL PLAATSEN BEPERKT.