

Kies mee de beste
woordvoerders van het jaar
Zie pagina 13

Algemene ledenvergadering VVJ / AVBB in het licht van de
moeilijke mediatijden
Staten-Generaal van de Media: uitgevers fluiten in het donker
Buitenlandberichterijding is niet dood, maar verandert
Luc Blyaert: 'De toekomst is aan lezerscommunities'
En de Raad voor de Journalistiek tikt nu weer *Story* serieus op de vingers

De Journalist

m a g a z i n e v a n d e V V J

De Journalist 176 - 28 februari 2014 - verschijnt maandelijks - v.u. Pol Deltour, Huis van de Journalist, Zennestraat 21, 1000 Brussel



UIT DE VVJ

- Vernieuwing, verjonging en vervrouwelijking 3

ACTUEEL

- Algemene Vergadering VVJ in het licht van de mediacrisis 4
 VVJ roept Mediahuis-directie op tot redelijkheid 4
 AVBB steunt Oekraïense collega's 4
 Zittend VVJ-bestuur gaat laatste werkjaar in 5
 Btw-vrijstelling ook voor audiovisuele en digitale journalistiek 5
 Vtm heeft (eindelijk) redactiestatuut 5
 Belgische uitgevers ten strijde tegen piraten en parasieten 5
 Media.21 behartigt belangen onafhankelijke nieuwssites 5
 Staten-Generaal van de Media: fluiten in het donker 6-7
 'Tijd voor breed sociaal media-overleg' 7
 Buitenlandberichtgeving: niet dood, maar anders 10-11
 VVJ-Antwerpen laat woordvoerders en journalisten daten 12
 Veel bijval voor foto-expo in Antwerpse justitiepaleis 13

SERVICE

- Groepsverzekering inkomensgarantie voor freelancers 8-9
 MediaCafé deBuren: Europa in het nieuws 11
 VVJ en Kortom organiseren prijs voor Beste Wordvoerder 13
 Worker's run & bike for Greece: loop of fiets mee 17
 Ding mee naar de VVOJ-prijs voor onderzoeksjournalistiek 20

IN GESPREK

- Luc Blyaert (*Datanews*): 'Papier krijgt een digitale lookalike' 14-15

RAAD VOOR DE JOURNALISTIEK

- Thomas Van Hemeledonck c/ *Story* 16-17

MENS ACHTER HET NIEUWS

- Mark Eeckhaut: van *Blik over Het Volk* naar *De Standaard* 18

ONDER EMBARGO

19

Presidentieel overleg op de voorbije algemene ledenvergadering van de AVBB. François Ryckmans, AJP-voorzitter, en Marc Van de Looverbosch, voorzitter van de VVJ, wisselen van gedachten over de afwikkeling van een van de federale agendapunten. (foto Lieven Van Assche /Imagedesk)



De Journalist *Uit de VVJ*

MAGAZINE VAN DE
VLAAMSE VERENIGING VAN
JOURNALISTEN (VVJ)

COÖRDINATIE

Pol DELTOUR
pol.deltour@journalist.be

VASTE MEDEWERKERS

Jan BACKX
Ivan DECLERCQ
Monica MORITZ
Marleen SLUYDTS
Luc VANHEERENTALS
Mark VLAEMINCK
BELGA PICTURES
PHOTO NEWS
ZAK

REDACTIESECRETARIAAT

Huis van de Journalist
Zennestraat 21
1000 Brussel
Tel. 02/777.08.40
Fax 02/777.08.49
info@journalist.be
www.journalist.be

ABONNEMENTEN

Marleen Sluydts
Zie adres hierboven
info@journalist.be

RECLAMEREGIE

Cathy Pletinckx
Zie adres hierboven
info@journalist.be

LAYOUT EN DRUK

Claes-Roels
Albert Van Cotthemstraat 54
1600 Sint-Pieters-Leeuw
Tel. +32 (0)2 378 09 39
Fax +32 (0)2 378 25 59
www.claes-roels.be



Lid van de Unie van Uitgevers
van de Periodieke Pers

Nood aan drie V's

Onze jaarlijkse Algemene Vergadering zit er weer op, tijd om een balans op te maken. De meeste aandacht is het voorbije werkjaar naar de crisis in de media gegaan. En het ziet er nog altijd somber uit. Om te beginnen bij Mediahuis, de nieuwe fusie-uitgever van Corelio en Concentra. De betrokken kranten bloeden, uitgerekend op een moment dat hun uitgevers een begerige blik werpen op enkele Nederlandse kranten. Het tergend langzame onderhandelingsproces – opgelegd door de wet-Renault – schept grote onzekerheid. Nog altijd staan ruim tweehonderd banen op de helling, waarvan een derde journalistieke jobs.

De VVJ roept de directie dan ook op tot redelijkheid. Samen met de vakbonden willen we nu snel duidelijkheid. Met een stakingsdreiging heeft het voltallige personeel intussen laten verstaan dat het geduld en de goede wil opraken. Waarom neemt de directie geen voorbeeld aan de redelijkheid van het personeel? Ook bij Sanoma hangt trouwens nog altijd een groot mistgordijn over de toekomst. En de zenders Vier en Vijf dreigen de speelbal te worden van machtige kapers op de mediakust.

Tijdens de voorbije Staten-Generaal van de Media is die hele crisis uiteindelijk maar deels aan bod gekomen. Als hoofdzakelijk managers het woord mogen voeren, dan gaat het vooral over de concurrentiemogelijkheden en -moeilijkheden. Dan komen thema's aan bod als digitale (r)evoluties en convergenties. Maar waar blijft de aandacht voor de duizenden mensen die in de sector werken en heel andere dingen aan het hoofd hebben? Met vrijblijvende debatjes ter zake gaan we de crisis niet te boven komen.

De VVJ moet bij dat alles de vinger stevig aan de pols houden. Onze ledenvergaderingen zijn daarvoor een geschikt forum, maar daar moeten dan wel voldoende mensen naartoe komen. Oké, iedereen heeft het druk, maar waar anders moet de Raad van Bestuur een duidelijk zicht krijgen op wat onze 3000 leden willen? En waar de VVJ het volgende jaar moet op inzetten? Elke dag opnieuw proberen we – zeker in deze moeilijke tijden – uw lidgelden en onze andere inkomsten zo goed mogelijk te beheren. In die context wil ik trouwens nog eens heel uitdrukkelijk ons secretariaat bedanken: Pol Deltour, Cathy Pletinckx (die de gepensioneerde Lisbeth Moons vervangt), Ivan Declercq en Marleen Sluydts. Zonder hun inzet zou de VVJ nergens staan.

Dit wordt hoe dan ook het laatste werkjaar van de zittende Raad van Bestuur. Op de algemene ledenvergadering van februari 2015 moet een nieuw bestuur worden verkozen. Nu al wil ik alle VVJ-leden uitnodigen om te overwegen actief met ons mee te doen. We hebben echt nood aan mensen met visie en die zich willen inzetten. Positief ingestelde mensen, met een hart voor de journalistiek. Ik kan uit ervaring spreken: het is boeiend en uitdagend werk. Overweeg dus zo'n engagement, spreek er over met collega's en zoek mee naar een toekomsttraject voor de VVJ. Met een knipoog zou ik zeggen: wij hebben nood aan 3 V's: de V van Vernieuwing, de V van Verjonging en de V van Vervrouwelijking.

Marc Van de Looverbosch
Voorzitter VVJ / AVBB



(Foto Eric Vidal)

ALGEMENE VERGADERINGEN VVJ EN AVBB IN HET LICHT VAN DE MOEILIJKE MEDIATIJDEN

Jawel, de digitale revolutie brengt veel goeds met zich mee voor de nieuwsmedia. Maar de professionele journalistiek loopt ook veel builen en blutsen op, met afdankingen, inleveringen en stijgende werkdruk. Dat waren dan ook de gesprekstema's op de jaarlijkse ledenvergaderingen van de VVJ en de Belgische koepelvereniging AVBB, zaterdag 22 februari. Onder meer de historische fusie van de kranten van Corelio en Concentra kwam aan bod. De VVJ keurde een resolutie goed waarin de Mediahuisdirectie om meer redelijkheid wordt gevraagd bij het doorvoeren van de operatie.

De mediacrisis veroorzaakt overigens serieuze *collateral damage* voor de journalistenverenigingen zelf, zo bleek uit de jaarrekeningen die op de AV werden voorgelegd. Ledenaantallen lopen terug. En door de neergang van print, merkt de JAM een forse terugval van de reprografierechten die ze traditioneel aan journalisten uitkeert. 2014 belooft eens te meer een jaar te worden met vele uitdagingen.



Op de Algemene Vergadering van de AVBB kwam ook de recente burgeroorlog in Oekraïne ter sprake. De AVBB verklaarde zich solidair met de Oekraïense journalisten die gebukt gaan onder het geweld. Op dit ogenblik zijn al minstens 27 collega's gewond geraakt en werd één journalist gedood: Viatcheslav Vérémi van de (regeringsgezinde) krant Vesti. AVBB-bestuurslid Mehmet Koksal (op de foto) vroeg de AVBB om ook de Belgische en Europese autoriteiten bij de zaak te betrekken: zij moeten bij de Oekraïense overheid mee aandringen op meer persvrijheid en veiligheid voor journalisten. (Foto Lieven Van Assche /Imagedesk)



Voor het onthaal op de Algemene Vergadering stonden onder meer (v.l.n.r.) Marleen Sluydts (VVJ), Cathy Pletinckx (VVJ) en Séverine Vanbellinghen (AJP) in. (Foto Lieven Van Assche /Imagedesk)



VVJ vraagt redelijkheid bij operatie-Mediahuis

Resolutie Algemene Vergadering 22.02.2014

De VVJ, op 22 februari in Algemene Vergadering bijeen, stelt vast dat de sociale onderhandeling met betrekking tot de operatie-Mediahuis – waarbij de krantenactiviteiten van Corelio en Concentra worden samengevoegd – bijzonder moeilijk verloopt. Ze vraagt in dat verband dat de directie meer redelijkheid aan de dag zou leggen ten aanzien van het voltallige personeel.

Bij de operatie-Mediahuis zijn nog altijd een tweehonderdtal functies bedreigd, waaronder mogelijk 67 journalistieke. Daarnaast verliezen vele tientallen freelance journalisten hun werk.

De VVJ begrijpt en erkent dat er bij een fusie als deze jobs worden geschrapt. Maar de directie schiet daarbij al te ver door. We aanvaarden niet dat het jobverlies zou leiden tot extra werkdruk voor de blijvers – werkdruk die nu al bijzonder groot is. Evenmin aanvaarden we dat jobs worden vervangen door minderwaardig werk (outsourcing naar externe bureau's voor eindredactie, interimarbeid, valse zelfstandigen...).

De VVJ vraagt tevens dat de directie meer ambitie zou tonen om Mediahuis te ontplooiën tot een voldragen multimediaal nieuwsplatform. Ze rekent hiervoor sterk op de aandeelhouders, aan wie het toekomt nu te investeren in de toekomst van hun mediabedrijf.

Tot slot eist de VVJ dat elke aanpassing van het loonstatuut voor journalisten vooraf grondig wordt bestudeerd en overlegd. Een fiscale optimalisatie in het licht van het gunstige belastingtarief voor auteursrechten kan enkel wanneer dit ook de journalisten ten goede komt zonder dat ze moeten inleveren op hun sociaal statuut.

Zittend VVJ/AVBB-bestuur gaat laatste werkjaar in

De ledenvergadering van de VVJ van 22 februari luidde meteen het laatste werkjaar in van het zittende bestuur. VVJ-voorzitter Marc Van de Looverbosch deed alvast een warme oproep aan alle leden om na te denken over een mogelijk engagement in het bestuur van de beroepsvereniging voor de periode 2015-2019.

Wie daarop niet heeft gewacht, is Goele De Cort van *brusselnieuws.be*, de nieuwssite die is gelinkt aan *Brussel Deze Week*, tv Brussel en radio FM Brussel. Goele is door de Algemene Vergadering alvast opgenomen in de Raad van Bestuur. Daar wil ze meer aandacht losweken voor de specifieke werkomstandigheden en noden van online journalisten. **(PD)**

Vrijstelling btw ook voor audiovisuele en digitale journalistiek

Ook journalistiek werk voor radio, televisie en websites kan aanspraak maken op de vrijstelling van btw. Voorwaarde blijft wel dat het om een origineel werk gaat, dat er een contract voor uitgave is en dat de auteur-verkoper van het werk een natuurlijke persoon is.

Traditioneel gold de btw-vrijstelling enkel voor gedrukte 'letterkundige' werken, maar dat toepassingsgebied is intussen uitgebreid tot audiovisuele en digitale creaties. De wijziging is ook aangebracht in het *Vademecum voor Zelfstandige Journalisten*, dat zopas is geüpdatet en dat VVJ-leden gratis kunnen raadplegen op onze website www.journalist.be.

Een freelancer die ervoor kiest toch met btw te werken, kan zich nog altijd in een situatie brengen die hem of haar wél btw-plichtig maakt. Als er geen contract voor uitgave is, of als hij of zij factureert via een vennootschap, dan moet er namelijk wel nog altijd btw worden aangerekend. **(ID)**

Vtm heeft (eindelijk) redactiestatuut

Zowat twintig jaar nadat het Vlaamse Omroepdecreet dat oplegde, heeft vtm een redactiestatuut voor haar nieuwsredactie. De tekst is begin februari door Medialaan-ceo Peter Bossaert en vtm-hoofdredacteur Kris Hoflack bezegeld. De VVJ heeft in het verleden herhaaldelijk moeten wijzen op het feit dat vtm haar decretale verplichtingen niet nakwam door geen redactiestatuut te hebben.

De tekst waarborgt onafhankelijkheid van de redactie tegenover de eigen directie en tegenover externe politieke of com-

merciële druk. "Een journalist kan niet gedwongen worden een handeling te verrichten of informatie te verspreiden die in tegenspraak is met de realiteit van de feiten", staat in artikel 12. Verder wordt verwezen naar de Code van de Raad voor de Journalistiek als richtlijn. Er komt ook een twaalfkoppig redactiecomité, dat de hoofdredacteur over redactionele kwesties adviseert.

Journalisten zijn volgens het statuut in principe persoonlijk aansprakelijk voor fouten die ze maken. Maar het omroepbedrijf, Medialaan, zal hen bij gerechtelijke procedures wel bijstaan als de hoofdredacteur meent dat er geen deontologische fout is begaan. **(PD)**



Goele De Cort, rechts naast Danny Vileyn van *Brussel Deze Week*. (Foto Lieven Van Assche /Imagedesk)

Uitgevers voeren strijd op tegen piraterij en parasitisme

De Belgische uitgevers vragen meer respect voor de journalistieke content die ze aanbieden. Piraterij (het letterlijk overnemen van artikels) en parasitisme (het overnemen in licht herschreven vorm) kosten hen jaarlijks ruim 40 miljoen euro aan inkomsten, zeggen ze.

In die context dringen de uitgevers ook aan op een wij-

ziging van de wet op de auteursrechten. Graag zouden ze een vermoeden van overdracht van auteursrechten krijgen, waardoor ze overtreders makkelijker zouden kunnen aanpakken. De journalistenverenigingen (VVJ, Belgische AVBB en JAM) hebben zich altijd tegen zo'n vermoeden van overdracht verzet. **(PD)**

Onafhankelijke nieuwssites richten koepelvereniging Media.21 op

Acht stand-alone nieuwssites hebben zich verenigd in Media.21. Daarmee willen ze de specifieke belangen van 'nieuwe media' beter behartigen. Het gaat om *Apache.be*, *DeWereldmorgen.be*, *Doorbraak.be*, *Express.be*, *MO.be*, *Newsmonkey.be*, *rekto:verso* en *StampMedia*. Hoog op het verlanglijstje van Media.21 staat een heroriëntering van de steun aan de geschreven pers – waaronder de 300 miljoen postvoordeel – naar alle media. Ook een gelijkstelling van het btw-tarief wordt geëist. Media.21 vraagt verder een aanpassing van het freelance journalistenstatuut in de richting van het kunstenaarsstatuut, de oprichting van een Medialoket waar journalisten en mediabedrijven terecht kunnen voor administratieve bijstand, en wettelijke duidelijkheid over het fiscale statuut van journalistieke auteursrechten. **(PD)**

Staten-Generaal van de Media FLUITEN IN HET DONKER

Ivan Declercq

Samenwerking. Het was het kernwoord van de vorige Staten-Generaal van de Media – zowat drie jaar geleden – en het was opnieuw niet weg te branden op de jongste editie van maandag 17 februari in Brussel. Vlaamse mediaspelers moeten de krachten bundelen, want “we moeten ons niet van vijand vergissen. Die komt van buitenaf”. Veel optimisme ook, dat klonk als fluiten in het donker.

In haar inleidende toespraak had minister van Media Ingrid Lieten het over onduidelijke toekomstige financieringsmogelijkheden voor de media. Een veranderend mediagebruik en nieuwe digitale faciliteiten zetten het media-ecosysteem onder druk, stelde ze. In die context had ze het over “atomisering van mediacontent, waarbij programma’s afzonderlijk worden verkocht en verdeeld via diverse netwerken en platformen”. De druk op alle spelers in het Vlaamse medialandschap heeft geleid tot een overlevingsstrategie, die uitmondt in concentratietendensen. En toch, aldus Lieten, is samenwerking geen utopie, want “de uitdagingen waarvoor de mediasector staat, zijn zo enorm dat ze vragen om overleg en een gezamenlijke aanpak”.

Lieten noemde samenwerking cruciaal, voor een kleine regio als Vlaanderen, wil men hier een lokaal verankerd media-aanbod houden. “We moeten ons durven de vraag stellen of we met een mentaliteit van ‘ieder voor zich’ de eindmeet zullen halen”, klonk het duidelijk.

De minister wees de mediavertegenwoordigers ook op hun verantwoordelijkheid, wegens de sociale impact van de media. “Al wat in de media verschijnt, blijft permanent publiek beschikbaar. Dat kan blijvend schade berokkenen”, aldus Lieten.

Om de kwaliteit en de pluriformiteit van het media-aanbod te garanderen, is wel een permanente monitoring van de mediaconsolidatie en -concentratie in Vlaanderen nodig, en een debat over de mate waarin de overheid hier regulerend moet optreden, meende de minister. In die zin had ze het ook over “nieuwe regulerende initiatieven om concentratiebewegingen te vermijden die al te onevenwichtige machtsverhoudingen mogelijk maken”. Het spook van Telenet klonk op de achtergrond.

Optimisme

In het daaropvolgend debat met ‘mediakopstukken’ – CEO’s van de meeste Vlaamse mediabedrijven – viel opvallend veel optimisme te noteren. En ook weer: de nood aan samenwerking. “We moeten ons wapenen tegen mondiaal opererende spelers, die gebruik maken van een enorme schaalgrootte”, poneerde Luc Missorten (Corelio). “Niets doen is gelijk aan zelfmoord. Willen we in Vlaanderen onze hoogstaande content behouden, dan moeten we samenwerken. Consolidatie is nodig.”

Rik De Nolf (Roularta) toonde zich wellicht het meest optimistisch. “Dankzij onze kwaliteit hebben we resultaten die toelaten voort te bouwen.” En ook: “Onze troeven worden onderschat, door de buzz over online. Men heeft het altijd over page views. Maar een papieren blad heeft veel meer lezers als je dat concept van page views zou hanteren, zoals de reclamewereld dat doet. Wij verkopen ook reizen en verzekeringen en doen dat via onze printproducten. En dat gaat fantastisch. Maar

de reclamewereld vergeet dat kennelijk.” Denolf zou het een paar keer hebben over de ‘kortzichtigheid’ van de reclamewereld. Want de print, niks mee aan de hand, die heeft een trouw lezerspubliek, aldus de Roularta-baas.

Mooie voorbeelden van eufemismen ook. Hans Cools (Sanoma), die zijn hele zwik moet zien te verkopen: “Nu is het mijn taak om de kwaliteit waarover we beschikken een nieuwe thuis te bieden.”

En ook de audiovisuele sector blijft optimistisch. Philippe Bonamie (SBS), die het water toch al dicht bij de lippen moet voelen: “Ik heb in 20 jaar al veel doemscenario’s zien passeren, maar geen enkel is uitgekomen. Ik ben optimistisch over

de toekomst van onze sector. Maar we moeten ons aanpassen en zoeken naar schaalvoordelen. Partners zoeken dus. We staan op de dansvloer en zien daar twee à drie mooie meisjes staan. Oké, we hebben ooit met getrokken messen tegenover Telenet gestaan, maar nu is het beter te kijken waar we kunnen samenwerken.” Mooi staaltje diplomatie.

Zijn collega Peter Bossaert (Mediaaan) toonde zich al even stoer: “We moeten niet bang zijn van concurrentie. We blijven investeren in goede content, tot tevredenheid van de kijker. We hebben een mooi tv-landschap en er wordt nu 20 % méér tv gekeken dan 15 jaar geleden.”

Leo Hellemans (VRT) verdedigde zich dan weer tegen het verwijt dat de VRT ‘marktverstrend’ zou werken. Hij vond dat de VRT sectorversterkend werkt: “Publieke investeringen in een openbare omroep hebben een multiplicatoreffect voor de hele sector.”

En hoe staan de heren – dames zaten er niet in het CEO-panel – tegenover de distributeurs, wilde moderator Karl van den Broeck (Apache) weten. Schrik voor Netflix is niet nodig, meende Hellemans, want hier is Vlaamse content nodig. Bossaert: “Een verticale integratie (een sneer naar Telenet – ID) strookt niet met een monopoliepositie. En onze markt zit erg op slot. Mensen veranderen niet makkelijk van provider, want dat is erg omslachtig. Die monopoliepositie bekommert me meer dan Netflix.”

Als de reclametarieven dalen – daar was al een paar keer naar verwezen – dan zal de lezer/kijker meer moeten betalen, poneerde moderator Van den Broeck. “De toekomst is aan de ‘targeted’ reclame”, reageerde Bossaert. “De nieuwe kijker komt bovenop de oude kijker. Het is een plusverhaal.”

Rik De Nolf deed er nog een schepje bovenop: “De lezer is bereid méér te betalen. Een prijsverhoging van onze bladen bleek zelfs te leiden tot een méérverkoop. Lezers hebben geen last van een prijsverhoging. De prijs van print is trouwens nog altijd laag.”

Luc Missorten bevestigde dat de inkomsten uit de lezersmarkt



(foto Bert Van den Broecke /Photonews)

toenemen. Door een uitbreiding met een digitaal aanbod is een elasticiteit in stand gehouden, "maar de limieten zijn nu stilaan bereikt".

En de journalist ?

Veel journalisten verliezen hun job of moeten noodgedwongen gaan freelancen, stelde moderator Van den Broeck aan het eind van het debat. "En er zijn al jaren geen cao's meer afgesloten. Toch zijn journalisten het hart en het bloed van mediahuizen. Is er nog hoop voor hen?"

Daar wisten de CEO's minder raad mee. "We hebben nu méér journalisten dan vroeger", probeerde De Nolf. "Ook wij hebben geïnvesteerd in ons nieuws", vulde Bossaert aan.

Missorten was directeur: "Je moet geen vier journalisten naar een voetbalwedstrijd sturen. Dat kunnen we ons niet permitteren. Maar de middelen die vrijkomen, kun je investeren in andere redactionele zaken."

Hellemans gaf toe: "Er is nu minder ruimte voor opzoekingswerk. Maar de maat is nu wel vol. De mensen moeten opnieuw met plezier komen werken."

Een eigen smoel

Een blad dat volgend jaar 100 jaar bestaat, een oplage heeft van 500.000 exemplaren, zijn klantenbestand ziet groeien, dat er nog precies uitziet als dertig jaar geleden en helemaal niet op het internet aanwezig is. Met het voorbeeld van *Le Canard Enchaîné* gaf de Nederlandse journalist Henk Steenhuis een wat provocerende intro voor de panelsessie over de digitale revolutie in de nieuwsmedia.

Wat hij wilde zeggen, was: het is een blad met een eigen smoel, met veel onthullingen en geestig geschreven. "Misschien ligt daar wel een oplossing voor de journalistiek: iets doen wat niemand anders doet." Steenhuis pleitte voor het gebruik maken van de kennis van de lezer, zoals Joris Luijendijk dat heeft gedaan met zijn verhalen uit *The City*. "Je zou denken dat dit navolging zou krijgen, maar ik zie het niet", aldus Steenhuis. Rob Wijnberg, oprichter van *De Correspondent*, vond dat de kranten te veel bedacht zijn van uit een productiemodel, en dat ze te veel een grootste gemene deler willen zijn, om een zo groot mogelijke verkoop te realiseren. Hij mist een ziel of karakter bij de klassieke media. "Praat je individueel met journalisten op café, dan word je getroffen door het enthousiasme waarmee ze vertellen. Wat je daar dan achteraf in de krant van leest, is een slap afkooksel."

Papier

Voor Wouter Verschelden, oprichter van *Newsmonkey*, is digitalisering het beste wat journalisten kon overkomen. "Maar de media verdienen nog geld aan papier, vandaar hun terughoudendheid om er afscheid van te nemen."

Caspar van Rhijn (digitale nieuwsmedia Mediahuis) vond dat men eens moest ophouden met papier dood te verklaren. "De lezer wil wél nog papier."

Maar Verschelden ziet geen heil meer in papier, voor hem is

het internet, met zijn interactiviteit en community-vorming, de weg. En die zal bestaan uit twee modellen: journalistiek achter een betaalmuur en daarnaast de gratis sites. Voor Verschelden moet de overheid inzetten op journalistiek en dus die journalistiek steunen in plaats van de mediabedrijven geld toe te stoppen. Hij fulmineerde ook tegen Belga, omdat *Newsmonkey* als nieuwsafnemer niet het tarief krijgt dat de kranten/aandeelhouders wordt aangerekend.

Hans Deridder, van De Persgroep, relativeerde dan weer enigszins de hype van het internet: "Afgelopen weekend hebben we 7,5 miljoen kranten verkocht in Vlaanderen en Nederland. In dat zelfde weekend hebben 3 à 4 miljoen mensen een online product van De Persgroep geconsumeerd." Voor hem is het geen of/of- maar een en/en-verhaal. Hij kondigde voorts aan dat *De Morgen* binnen 6 à 12 maanden "een heel andere smoel zal krijgen".

Crowdfunding

Dirk Barrez (*Pala* en *De Wereld Morgen*) zag mogelijkheden voor coöperatieven in de mediawereld, omdat de aanvangsinvesteringen voor een nieuwssite relatief gering zijn. "Met 50.000 euro kun je al vertrekken." Maar daarna is er wel ondersteuning nodig, want een redactie aan de gang houden kost geld. "Hier ligt een taak voor de overheid, die nu 300 miljoen subsidies geeft aan de mediabedrijven. Maar je kunt de informatieverstrekking toch niet alleen overlaten aan commerciële bedrijven? Journalistiek is een sociaal goed", aldus Barrez.

Wijnberg zag crowdfunding als een goede vorm van financiering: "Je kunt de banken buiten de deur houden en je hebt fondsen waarmee je een tijd kunt werken." Maar net als de Belgen pleitte de Nederlander voor een gelijkschakeling van het btw-tarief voor papieren en online media. (ID)

'Tijd voor breed sociaal overleg'

De Staten-Generaal van de Media ruimde ook plaats in voor een paneldebat over werken en talentmanagement in de media. De Mediacademies die de voorbije jaren werden gelanceerd om personeel bij te scholen, blijken op veel krediet te kunnen rekenen. Mediaminister Lieten maakte 1 miljoen euro vrij voor navorming in de printmedia en nagenoeg nog eens zoveel voor audiovisuele vormingen. De mediahuizen participeren met een gelijklopende financiële inbreng in beide Mediacademies.

Ook het sociaal charter dat de audiovisuele mediabedrijven met personeelsverenigingen (waaronder de VVJ) ondertekenden, opent perspectieven. "Het gaat om een interessante aanzet om nu heel concreet werk te maken van een verbetering van de loon- en arbeidsvoorwaarden in de audiovisuele sector", aldus Koen Dries (ACV).

Tijdens het panelgesprek rees nog de vraag of het niet stilaan tijd wordt voor een globaal media-overleg, dat de klassieke sectoren overschrijft. Luk Kiekens (Studio 100): "Print, audiovisueel en online kunnen almaar moeilijker uit elkaar worden gehouden. De mediasynergie dwingt ons echt wel om ook het sociaal overleg te gaan verbreden." (PD)





Verzekering Gewaarborgd Inkomen 25u/24 voor zelfstandige journalisten voor leden van VVJ/AVBB



Een uitgebreide dekking tegen een aantrekkelijk tarief zodat u zich op financieel vlak geen zorgen hoeft te maken

Een noodzakelijke en nuttige verzekering

Arbeidsongeschikt worden door ziekte of ongeval, het kan iedereen op elk moment overkomen. Wanneer deze arbeidsongeschiktheid lang duurt, kunnen de financiële gevolgen voor u en uw gezin hard aankomen. Zeker als u zelfstandig bent of een vrij beroep uitoefent. Indien u niet verzekerd bent, bedraagt de uitkering van de sociale zekerheid:

- de eerste maand: € 0,
- vanaf de tweede maand: € 1.386 voor gezinshoofden, € 1.047,80 voor alleenstaanden.

Om geen financiële zorgen te hebben bij ziekte of ongeval is een Verzekering Gewaarborgd Inkomen dan ook een absolute noodzaak.

In overleg tussen de AVBB/VVJ en Securex zijn voordelige tarieven uitgewerkt

Voor wie ?

Voor zelfstandige journalisten in hoofdberoep die voor eigen rekening of onder de vorm van een vennootschap werken.

Wat biedt de verzekering gewaarborgd inkomen 25u/24?

Een uitgebreide en wereldwijde dekking voor arbeidsongeschiktheid door ziekte of ongeval (zowel in het beroeps- als het privéleven). Gedurende de periode van tijdelijke of blijvende arbeidsongeschiktheid ontvangt u een **maandelijks rente**.

- Deze rente wordt steeds bepaald in functie van de hoogste graad van fysiologische invaliditeit (vermindering van de lichamelijke integriteit) en economische invaliditeit (vermindering van de werkcapaciteit).
- De minimum invaliditeitsgraad om een uitkering te kunnen genieten bedraagt 25%.
- Een invaliditeitsgraad van 67% of meer wordt gelijkgesteld met een invaliditeit van 100%.
- Indien u voor een opdracht in een politiek instabiele regio verblijft, kan een bijpremie worden gerekend.

Een dekking op maat

U bepaalt zelf de omvang van uw dekking. U kiest:

- een constante rente, een jaarlijks geherwaardeerde rente en premie tegen 3% of een rente die enkel wordt geherwaardeerd na schade.,
- een eindleeftijd van 65 jaar,
- een carenstijd van: 30 / 60 / 90 / 180 / 365 dagen,

De carenstijd is de periode van invaliditeit die door de verzekeraar niet wordt vergoed en dit telkens wanneer een schadegeval zich voordoet.

Bijkomend kan u ook kiezen voor:

- een **tussenkost in de medische kosten** ten gevolge van een ongeval,
- de **uitkering van een kapitaal** bij overlijden of volledige en bestendige invaliditeit ten gevolge van een ongeval,
- een **Engelse vrijstelling**: indien de invaliditeitsperiode langer is dan de carenstijd, wordt de rente vanaf de eerste dag arbeidsongeschiktheid uitgekeerd.

Leeftijd bij onderschrijving	25	30	35	40	45	50
Verzekerde rente	€ 20.000	€ 20.000	€ 20.000	€ 20.000	€ 20.000	€ 20.000
Carenstijd	30 dagen	30 dagen	30 dagen	30 dagen	30 dagen	30 dagen
Revalorisatie	3%	3%	3%	3%	3%	3%
Normaal tarief / jaar	€ 880	€ 972	€ 1092	€ 1246	€ 1434	€ 1629
Tarief journalisten / jaar excl. 9,25% taksen	€ 800	€ 800	€ 800	€ 1064	€ 1064	€ 1368
Prijsvoordeel	10%	21,5%	36,5%	17%	34,5%	19%

Uw voordelen

- **Verschillende formules:** U heeft de keuze uit een constante rente, jaarlijks geherwaardeerde rente en premie of een rente die enkel wordt geherwaardeerd na schade.
- **Beperkte medische formaliteiten:** meestal is het voldoende een medische vragenlijst in te vullen en is een medisch onderzoek niet vereist.
- **Terugbetaling van de premie:** tijdens de periode van invaliditeit, en proportioneel met de graad ervan, betaalt Securex u de gestorte premie terug.
- **Fiscaal en sociaal voordelig:** de betaalde premies zijn fiscaal aftrekbaar, waardoor uw beroepsinkomsten en sociale bijdragen dalen. In de praktijk betekent dit dat uw reële kost van de gestorte premie 65% lager ligt dan de effectieve premie.
- **Extra:** Motorrijden als vrijetijdsbesteding op de openbare weg en voetballen als onbezoldigd amateur zijn automatisch gedekt.

Een voorbeeld

Karin, 35 jaar, werkt als freelance journalist. Ze heeft een verzekering Gewaarborgd Inkomen 25u/24 afgesloten met een verzekerde jaarrente van € 20.000. Karin heeft gekozen voor een carenstijd van 30 dagen bij ziekte en ongeval. Ze wil haar verzekerde jaarrente jaarlijks zien stijgen met 3% en wil verzekerd zijn tot de leeftijd van 65 jaar. Ze kiest ook voor een Engelse vrijstelling.

Voor de gerevalueerde jaarrente van € 20.000 betaalt Karin een premie gelijk aan € 800.

Zowel de rente als de premie worden jaarlijks geometrisch geherwaardeerd met 3%. De optie "Engelse vrijstelling" kost € 32 (of 4% van de basispremie). Op de bekomen totaalpremie van € 832 moeten eveneens 9,25% taksen betaald worden. In totaal betaalt Karin dus ongeveer € 909 per jaar voor een zeer volledige dekking.

Mocht Karin eveneens een overlijdenskapitaal (na ongeval) van € 50.000 wensen te verzekeren, dan kost haar dit slechts € 50 per jaar.

De polis "Gewaarborgd Inkomen 25u/24" is een product van VOV Allerlei Risico's Securex - Tervurenlaan 43, 1040 Brussel. Onderneming toegelaten bij K.B. van 4.7.1979 (B.S. van 14.7.1979) onder nr. 805 voor de volgende verzekeringsverrichtingen: Ongevallen (1), Ziekte (2) en Diverse geldelijke verliezen (16)

Deze fiche is louter informatief. Om de exacte bepalingen te kennen, gelieve de algemene voorwaarden en specifieke afwijkende bepalingen te consulteren.

Meer info: www.journalist.be



Elf jaar buitenlands nieuws op de Vlaamse tv-zenders in kaart gebracht BINNENLAND EN BUITENLAND RAKEN ALMAAR MEER VERWEVEN IN HET NIEUWS

Julie De Smedt

Hoe zit dat nu met het aandeel buitenlands nieuws in de Vlaamse media ? Almaar minder, of juist niet ? En welke landen gaan dan met de meeste nieuwsaandacht lopen ? Julie De Smedt van het wetenschappelijke Steunpunt Media trok op onderzoek.

In februari 2014 publiceerde de hoofdredacteur van het mondiale magazine *MO**, Gie Goris, een ophefmakende paper met de titel 'Buitenlandberichterijft is dood. Leve de mondiale journalistiek?'. Daarin gaf hij een overzicht van huidige tendensen en inzichten in de berichterijft over het buitenland, en deed hij een oproep voor meer gediversifieerd buitenlands nieuws. Het zette er ons toe aan om nagenoeg elf jaar televisienieuws op Eén en VTM onder de loep te nemen, uit de periode van januari 2003 tot en met september 2013. Hoeveel buitenland was er in die tijdspanne op het scherm te zien? En welke landen kregen de meeste zichtbaarheid? Voor ons onderzoek baseerden we ons op het TV Nieuwsarchief van het Steunpunt Media. Dat archiveert sinds 2003 de nieuwsuitzendingen van Eén en VTM.

Is buitenlandberichterijft dood?

Uit vorig onderzoek (Nieuwsmonitor 4 van het Steunpunt Media) bleek dat de berichterijft over het buitenland systematisch daalde in de periode 2003 tot 2010. In 2003 ging het nog om een jaargemiddelde van 28% van het totale nieuwsaanbod; in 2010 zakte dat cijfer naar 23%. Een later rapport (Nieuwsmonitor 10) gaf te zien dat die dalende trend in 2011 werd doorbroken. Ten opzichte van 2010 steeg het aandeel buitenlands nieuws met 6%, waardoor het weer 28,5% uitmaakte van het totale nieuwsaanbod in 2011. De vraag was nu of deze stijging zich in de daarop volgende jaren heeft voortgezet.

De grafiek toont de geografische spreiding van het televisienieuws in de voorbije elf jaar. Er wordt met drie categorieën gewerkt: binnenlands nieuws (met uitsluitend een Belgisch

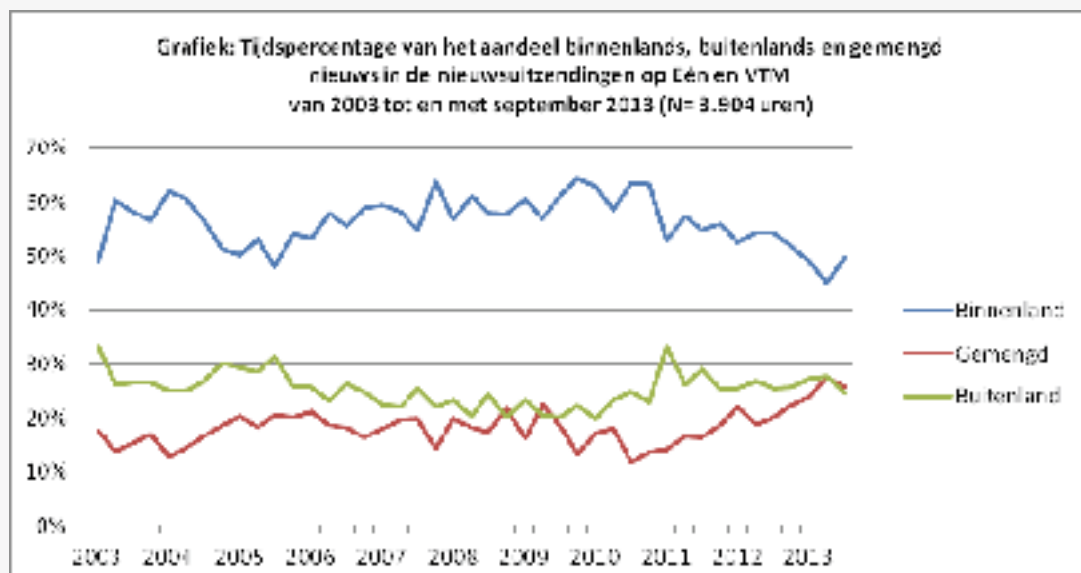
onderwerp), buitenlands nieuws (uitsluitend een buitenlands onderwerp) en gemengd nieuws (een Belgische en een buitenlandse context in één item). Een gewelddadige overval in Mechelen bijvoorbeeld is puur binnenlands nieuws, verkiezingen in een Afrikaans land zijn buitenlands nieuws, en de opening van een buitenlandse vestiging door een Belgisch bedrijf is gemengd nieuws.

Telkens werden tijdspercentages weergegeven, dus de hoeveelheid tijd die aan een onderwerp wordt besteed in verhouding tot de totale lengte van de nieuwsuitzendingen. Op die manier weegt een langer item zwaarder door dan een kort bericht.

Zoals gezegd daalde het aandeel buitenlands nieuws geleidelijk van 28% in 2003 tot 23% in 2010. In 2011 wordt er dan opnieuw opmerkelijk meer over het buitenland bericht, met een aandeel van 28%. Dat is een van de hoogste scores in de onderzoeksperiode.

Sindsdien is er weer een lichte terugval van zuiver buitenlands nieuws. In de voorbije twee jaar schommelde het aandeel rond 26%. Maar de duidelijk dalende trend van de periode 2003-2010 wordt vanaf 2010 dus wel degelijk omgebogen.

De opmerkelijkste trend is evenwel de systematische stijging van het gemengde nieuws sinds 2010. Parallel hiermee daalt het aandeel van het zuiver binnenlandse nieuws. De nieuwsuitzendingen berichten met andere woorden minder over het zuiver nationale niveau, maar méér over het internationale niveau waarvan België deel uit maakt. Vooral de financieel-economische en politieke thema's, die veeleer een nationale aangelegenheid waren, worden almaar meer op het internationale toneel beslecht. Die toenemende invloed van de



Europese Unie en het buitenland komt ook in onze analyse tot uiting.

Aandacht voor niet-Westerse landen?

Op welke landen focussen de Vlaamse nieuwsuitzendingen als er over het buitenland wordt bericht? Deze tabel geeft een overzicht van de twintig landen met de meeste zichtbaarheid in de voorbije elf jaar.

1	Verenigde Staten	7,08%	11	Israël	1,10%
2	Frankrijk	4,01%	12	Turkije	0,85%
3	Nederland	3,39%	13	Griekenland	0,72%
4	Verenigd Koninkrijk	3,04%	14	Afghanistan	0,67%
5	Duitsland	2,39%	15	Democratische Republiek Congo	0,57%
6	Irak	1,99%	16	Syrië	0,57%
7	Italië	1,63%	17	Egypte	0,53%
8	Spanje	1,33%	18	Japan	0,53%
9	Rusland	1,27%	19	Polen	0,53%
10	China	1,11%	20	Zwitserland	0,50%

Top 20 van de landen met de meeste zichtbaarheid in het nieuws op Eén en VTM in de periode januari 2003 - september 2013

Het land dat, na België vanzelfsprekend, het meest het Vlaamse nieuws haalt, is de VS. De Verenigde Staten komen in 7% van de totale nieuwstijd aan bod.

Achter de VS komen de directe buurlanden van België: Frankrijk (4%) en Nederland (3%). De ruime media-aandacht voor hen kan worden verklaard door hun nabijheid en door het feit dat er dezelfde talen worden gesproken. Voor de aantrekkelijkheid van het nieuws is het belangrijk dat de televisiekijker zich kan identificeren met wat er aan bod komt. Voor een Belg lukt dat nu eenmaal beter met een Fransman of een Duitser dan met een Roemeen of Ecuadoriaan. Bovendien zijn de ons omringende landen vaak economisch relevanter dan meer verwijderde landen.

Irak staat op de zesde plaats met 2% nieuwstijd. Deze media-aandacht is vanzelfsprekend te wijten aan de oorlog die in Irak uitbrak in 2003 en nog vele jaren voortduurde. Opvallend zijn verder de 9de en de 10de plaats van respectievelijk Rusland en China, twee opkomende wereldmachten.

Congo, ex-kolonie van België, staat op de 15de plaats. Ook de aanhoudende conflicten in Syrië en Egypte kregen de laatste jaren ruime aandacht in het nieuws. In een vorige analyse, met betrekking tot de periode 2003-2010 (Nieuwsmonitor 4), stonden deze landen nog niet in de top-20 van landen met de meeste nieuwsaandacht.

Voortgaande op deze analyses kunnen we niet besluiten dat de buitenlandberichterijfing dood zou zijn. Anno 2013 bericht grofweg de helft van de Vlaamse nieuwsuitzendingen over buitenlandse of gemengde onderwerpen. De andere helft focust op uitsluitend binnenlandse aangelegenheden.

Er is wel een trend naar meer berichtgeving over internationale onderwerpen met een link naar België. Tegelijk wordt steeds minder over zuiver Belgische onderwerpen bericht. Of zoals Gie Goris zelf het in de *MO*-paper formuleert: "Er is wel degelijk een wereld ontstaan waarin de scherpe grenzen tussen binnen- en buitenland vervaagd zijn. Migratie, pandemieën, vervuiling, wereldhandel, klimaat, de mogelijkheden om een sociaal herverdelend beleid te voeren, transitie, energie en voedsel: het zijn allemaal voorbeelden van terreinen die niet netjes aan een binnen- of buitenlandredactie toegewezen kunnen worden."

Voor meer informatie over het Steunpunt Media, raadpleeg www.steunpuntmedia.be. Op eenvoudig verzoek kunnen analyses of data uit het TV Nieuwsarchief worden opgevraagd.

MEDIA

café

Mediacafé #17: Europa in de media

Het gebrek aan diepgravende berichtgeving

MA 28 april 2014 - 19:30

deBuren | Leopoldstraat 6, 1000 Brussel

'Europa' biedt de kans om grote dossiers uit te spitten die elke Europese burger aangaan maar doorgaans blijft de verslaggeving beperkt tot het volgen van de politieke actualiteit, duiding bij de Europese topbijeenkomsten en het bijwonen van persconferenties. Waarom zetten we in Vlaanderen zo weinig in op Europa terwijl we er met onze neus op zitten?

Met Europarlementariër **Bart Staes** (Groen) en EU-kenners **Rob Heirbaut** (VRT) en **Caroline de Gruyter** (NRC).

Gratis, reserveren aanbevolen:
www.deburen.eu of +32(0)2 212 19 30

Organisatie:



deBuren, Fonds Pascal Decroos, Mediakritiek.be en VVOJ. Met de steun van de VVJ.

VVJ ANTWERPEN WERKT AAN RELATIE WOORDVOERDERS – JOURNALISTEN (bis)

Katleen Vastiau

Communicatie is een vak, en als er twee beroepsgroepen zijn die daarin moeten uitblinken, dan zijn het wel woordvoerders en journalisten. Helaas verlopen de contacten tussen beiden niet altijd even vlot. In een poging hier iets aan te doen, en omdat het ook gewoon gezellig is om samen het glas te heffen op het nieuwe jaar, heeft VVJ Antwerpen op 30 januari een speeddate met nieuwjaarsreceptie gehouden.

In een ideale wereld verlopen contacten tussen woordvoerders en journalisten probleemloos: er is geen wantrouwen, de communicatie is open en volledig en de informatie die gedeeld wordt is nuttig en interessant. In de praktijk vergaat het jammer genoeg soms anders: er heerst wantrouwen, er zijn misverstanden en frustraties en die leiden tot minder communicatie of een informatiestop. In een werkomgeving die beheerst wordt door internet en digitale communicatie, verliezen mensen te vaak het persoonlijk contact. Hoog tijd om hier iets aan te doen, dachten ze bij VVJ Antwerpen en voor het tweede jaar op rij was de Speeddate een feit.

Zo'n 120 journalisten en woordvoerders kwamen naar het ModeMuseum in Antwerpen, dat door de Provincie Antwerpen ter beschikking was gesteld. In korte gesprekjes van hooguit 5 minuten werd kennisgemaakt. Net lang genoeg om zichzelf voor te stellen, visitekaartjes uit te wisselen en de eerste indruk die vaak telefonisch al ontstaan was, bij te stellen. Een sterk concept, want wat werkt voor het ontstaan van goede liefdesrelaties, blijkt ook professioneel een schot in de roos.

“Maar al te vaak heb ik iemand aan de lijn die ik nooit eerder heb gezien”, vertelt Eveline Wageman, journaliste bij *Antwerpsche Tijdingen*, het magazine voor Antwerpse stadsgidsen. “Ik beeld me altijd in hoe die persoon is, hoe hij of zij eruit ziet, en vorm me zo een beeld. Soms komt dat beeld helemaal niet overeen met de werkelijkheid en daardoor ontstaan misverstanden. Deze speeddate zorgt ervoor dat je weet wie je aan de lijn hebt. Dat maakt het latere contact veel vlotter en opener.”

Volgens gedeputeerde Inga Verhaert van de provincie Antwerpen laat de speeddate toe wantrouwen weg te werken. “Door elkaar eens goed in de ogen te kijken, schep

je een band. En die zorgt ervoor dat er minder wantrouwen is, iets wat de relatie woordvoerder-journalist alleen maar ten goede kan komen.”

De korte gesprekken zorgen er ook voor dat beide beroepsgroepen beter van elkaar weten wat ze van elkaar verwachten. “Ik weet nu dat ik niet alleen in tekst maar ook in beelden moet denken”, vertelt Valerie Lievens, communicatieverantwoordelijke van Aquafin. “Hoe kan bepaalde info in beeld gebracht worden? Zijn er werven waar gefilmd of gefotografeerd kan worden of hebben wij zelf beeldmateriaal ter beschikking?” Door dit meteen mee te delen, boekt de journalist tijdswinst en hoeft er niet onnodig over en weer te worden gebeld of gemaild.



Ook de tweede Speeddate van VVJ Antwerpen kon op veel succes rekenen. (foto Ronny Meyers)

met dezelfde situaties geconfronteerd worden als ik”, zegt verantwoordelijke perscommunicatie van de stad Mechelen, Caroline Verschaeren. “Ik vraag regelmatig aan de regiojournalisten of de berichten die wij versturen voor hen relevant zijn of niet, en dit wil ik ook even aftoetsen met collega’s uit andere steden.”

Tussen de aanwezigen ook enkele studenten van AP Hogeschool. Zij willen nu al contacten leggen en een netwerk beginnen uitbouwen, maar vooral wat meer te weten komen over de sector waarin zij over anderhalf jaar hun eerste stappen zullen zetten. “Voor ons is het vooral belangrijk een beter zicht te krijgen op de journalistiek”, vertellen Santoecha Rangai en Claudia Dominicus. “Je leert zoveel uit de ervaringen van journalisten, en we zitten met enorm veel vragen.” Voor de meisjes was de avond een groot succes, ze verlieten het ModeMuseum met nog meer zin dan voordien om aan een carrière in de journalistiek te beginnen.

Wie wordt de woordvoerder van *het jaar*?

Vlaamse journalisten kunnen meedingen naar een veertigtal persprijzen. Voor de woordvoerders bij wie journalisten kunnen aankloppen voor een uitleg of quote, bestaat nog geen bekroning. In 2006 verkoos de Vlaamse Wetsstraatpers wel Verhofstadt-woordvoerder Didier Seeuws tot politieke woordvoerder van het jaar, maar die prijs werd sindsdien niet meer uitgereikt.

Dat is jammer. Hard werk en professionaliteit mogen worden beloond. Daarom lanceert Kortom, de Vlaamse vakvereniging van bijna duizend communicatieprofessionals bij de overheid, in samenwerking met de Vlaamse Vereniging van Journalisten (VVJ) de verkiezing van de Nederlandstalige woordvoerder van het jaar.

VVJ-leden en communicatieprofessionals kunnen woordvoerders nomineren uit alle sectoren: overheid, privé, politiek, non-profit, belangenverenigingen, enzovoort. Alleen woordvoerders die minstens drie jaar ervaring hebben en dagelijks contacten met de pers verzorgen, komen in aanmerking. Ceo's of politici die alleen interviews geven, kunnen dus niet in de prijzen vallen.

4 prijscategorieën

Er zijn prijzen voor drie subcategorieën en voor de woordvoerder van het jaar. De subcategorieën betreffen eigenschappen die voor journalisten erg belangrijk zijn: bereikbaarheid, praten voor de camera of microfoon, en heldere persteksten met nieuwswaarde. Een vakjury van journalisten en woordvoerders kiest op basis van de shortlist de winnaars.

Als lid van de VVJ kun je per categorie mee bepalen wie de bekroning verdient.

1. Best bereikbare woordvoerder: altijd uitstekend bereikbaar, belt terug na gemiste oproepen of wanneer hij of zij dat heeft beloofd
2. Woordvoerder met de mooiste stem: een aangename stem om naar te luisteren, levert bruikbare quotes
3. Woordvoerder met de beste persteksten: heldere, goed gestructureerde teksten met nieuwswaarde
4. Woordvoerder van het jaar: wie heeft zich het voorbije jaar onderscheiden als woordvoerder en is een voorbeeld voor zijn of haar collega's?

Stemmen kan tot en met **31 maart** op <http://bit.ly/woordvoerdervhjaar>.

De prijzen worden eind april uitgereikt in Brussel, op de eerste Nacht van de Woordvoerder (#NvdWV). Drie sprekers die journalistiek actief zijn of waren, geven hun visie over de job van woordvoerder, de journalistieke verwachtingen erover en de toekomst van de stiel.



VEEL BIJVAL VOOR FOTO-EXPO IN ANTWERPS JUSTITIEPALEIS

Naast de Speeddate journalisten-woordvoerders (zie pagina 12) kende VVJ Antwerpen ook met haar fototentoonstelling over Recht en Architectuur in het Antwerpse justitiepaleis veel bijval. In totaal waren er tot 27 februari 33 werken te bezichtigen, gemaakt door de Antwerpse persfotografen Jan Van der Perre, Jonas Roosens, Kris Van Exel, Louis Verbraeken, Maarten De Bouw, Patrick De Roo, Dries Luyten, Ronald Meyers, Sarah Van den Elsen, Walter Saenen en Wendy Marijnissen.

De tentoonstelling werd georganiseerd in de grote wandelzaal van het justitiepaleis. VVJ-bestuurders Ronny Meyers en Dries Luyten (op de foto achter de microfoon) maakten hun collega-fotografen warm voor het project. "We wilden van de fototentoonstelling opnieuw een begrip maken", aldus Dries Luyten. "En we zijn best tevreden met de belangstelling en met de ingestuurde werken, zeker voor deze eerste keer. Bij de volgende editie gaan we de lat weer wat hoger leggen."

Antwerps cultuurschepen Philippe Heylen was op de openingsreceptie één van de 75 aanwezigen. "Ik ken wel een plaats die met het justitiepaleis kan concurreren", knipoogde hij. Afspraak volgend jaar in het stadhuis!

Kristof Aerts/foto Ronny Meyers

Luc BLYAERT, hoofdredacteur *Data News*: 'LEZERSPUBLIJK OMVORMEN TOT COMMUNITY'

Monica Moritz

Als we Luc Blyaert (52) mogen geloven, hebben de technogiganten onze privacy tot nul herleid. En als hoofdredacteur van het gespecialiseerde magazine *Data News* kan hij het weten. Volgens hem is het trouwens te laat om ons nog te verzetten, want Big Brother zit werkelijk overal. En dat is, aldus Luc Blyaert, ook een beetje de schuld van de pers.

De Journalist: Was journalistiek een prille ambitie?

Luc Blyaert: "Absoluut, schrijven zit me in de genen. Mijn pa, die drukker was, maakte al stukjes voor *Het Volk*. Zelf schreef ik als jongeling ook veel, en het liefst wou ik buitenlandcorrespondent worden. Maar op mijn 16^{de} was ik nogal rebels, en ik ruilde mijn vijfde Latijnse voor de wijde wereld. Ik kom uit Wezembeek-Oppem, en wou weg uit dat boerengat. Dus trok ik door Europa, werkte in cafés, plukte olijven in Sicilië, bakte pizza's in Rome en doorkruiste ook nog Griekenland. Terug in België maakte ik via de middenjury toch nog mijn humaniora af. Ik begon aan Germaanse, maar intussen had ik zoveel meegemaakt in het 'echte' leven dat studeren niet meer lukte. Ik heb dan twee jaar burgerdienst gedaan in een bibliotheek."

Hoe kwam je dan in de journalistiek terecht?

"Ik heb in die periode ook een avondcursus journalistiek gevolgd in het International Press Centre in Brussel. Je kreeg daar toen les van journalisten als Mia Doornaert en Dirk Tieleman, en ook van jongens van *Het Laatste Nieuws*. Zo ben ik bij die krant terechtgekomen. Drie jaar later – we waren eind jaren '80 – kon ik voor de Onafhankelijke Radio Nieuwsdienst van De Persgroep gaan werken. Er was toen een wildgroei aan lokale radiostations, elk dorp had zo zijn Radio Dolfijn (*lacht*). En daar schreven we dan korte nieuwsberichten voor, *geïnspireerd* op telexen van Belga en ANP en op berichten van de BRT. De BRT heeft ons daar toen regelmatig voor op de vingers getikt (*lacht*). Daarna kwam ik terecht bij een nieuw tijdschrift: *Videotex & Communicatie*. In Frankrijk kon je in die tijd al chatten en online shoppen op Minitel, een soort internet *avant la lettre*. Dat was een fantastisch communicatiemiddel en wij dachten dat het hier ook zou aanslaan. Maar Minitel is nooit van de grond gekomen hier, en ons tijdschriftje ging op de fles. Maar zo was ik wel in de ICT-journalistiek getuimeld, en ik ben er nooit meer uitgeraakt."

Je droom om buitenlandcorrespondent te worden heb je opgeborgen?

"Ik ben nu al 18 jaar bij *Data News*, en in 2007, toen Roularta het blad overnam, ben ik er hoofdredacteur geworden. De ICT is een boeiende branche, waar in België 170.000 mensen werken die een omzet van ruim 17 miljard euro genereren. De technologie is voortdurend in beweging en bepaalt meer dan ooit ons leven. Vorig jaar zijn er twee miljoen smartphones verkocht in België, en 1,6 miljoen tablets! De journalistiek zou veel meer rekening moeten houden met die evolutie. Lezers overlopen tijdens de week het nieuws liever vlug op websites en kopen alleen in het weekend nog een krant. De klassieke kranten met

goeie achtergrondverhalen trekken nog altijd lezers, maar ze worden bijna magazines, en omgekeerd lopen tijdschriften de kranten achterna met online nieuws. Dat heeft ook een onderlinge concurrentieoorlog ontketend."

Is papier is ten dode opgeschreven?

"Ik denk dat papier tegen 2020 zal plaatsmaken voor een *look-alike*, aangepast aan snelle berichtgeving. Tablets zijn daar al een ruwe vorm van. Heel wat bedrijven werken aan een digitaal medium waarop je constant en *in real time* alle informatie wireless en crossmediaal binnenkrijgt. Iets plooiibaars, dat je in je binnenzak of *sacoché* kunt steken en dat aanvoelt als een krant of tijdschrift. Misschien zal het zelfs naar papier ruiken! Dat is de toekomst. Oké, voorlopig worden we nog omvergeblazen door het aantal tijdschriften dat in krantenwinkels te koop ligt, maar lezers *winnen*, dat wordt steeds moeilijker. Het publiek dat naar onze website surft via een gewone laptop of desktop blijft gemiddeld 3 minuten hangen, via een tablet is dat anderhalve minuut en via een smartphone nog maar 45 seconden. De strijd om oogballen én adverteerders is genadeloos."

Betekent dat ook niet: nog meer faits divers en lifestyle om pageviews te halen?

"Ja, en die rommel hebben we inderdaad te danken aan het aantal clicks dat een webpagina moet scoren per advertentie om winstgevend te zijn. Een item over

Beyoncé of zoiets naast een advertentie, wordt door meer lezers aangeklikt. Je hoeft dus niet eens die advertentie te openen – dat doen sowieso maar weinig mensen. Adverteerders zijn allang blij dat je op een webpagina zit waar hun reclame op staat, omdat ze ervan uitgaan dat je die dan ook ziet. Zolang dat klikmodel wordt aangehouden, zullen er publiekstrekkingen op de sites staan. Zet Bart de Wever in de titel en je scoort meteen. Wij noemen de gasten die voor die clicks moeten zorgen lachend de *clickhoeren van de media*". (*schatert*)

Moeten ook jullie commerciëler schrijven om lezers te trekken?

"Ja, zoals iedereen. Maar wij schrijven sowieso niet te ingewikkeld: wij verdiepen ons in de impact van de technologie op het dagelijks leven van de consument en de werknemer. En technische uitleg vind je toch op het web. Er is wel meer druk om artikels te schrijven tegen betaling. Dat proberen we af te wimpelen. Een alternatief is om je lezers op een andere manier naar je product toe te trekken. Via events bijvoorbeeld, zoals de *CIO* of de *ICT-woman* van het jaar. Die events zijn intussen goed voor 30% van onze inkomsten. De helft halen we nog steeds van advertenties in het papieren magazine, de rest komt van



'Tegen 2020 zal papier plaats maken voor een lookalike. Een plooibaar digitaal medium, dat aanvoelt als een krant of tijdschrift.'

(Foto Monica Moritz)

de digitale krant en die events. Ons publiek leent zich daar ook toe: onze lezers zijn tussen 25 en 55 jaar en zeer actief op de sociale media, en zo creëer je makkelijker een *community*. Wij rekruteren dus veel nieuwe lezers door ze bij ons merk te betrekken. Terwijl de meeste uitgevers nog altijd denken: wij maken een blad en daar moeten de lezers maar mee doen wat ze willen. Als ik na tien jaar mijn abonnement op *Humo* opzeg, krijg ik zelfs geen telefoontje of email met de vraag *waarom*? Ze kennen hun lezers niet en weten dus niet hoe ze die moeten werven."

Toch gaan veel bladen voluit voor newsrooms die maximaal verkoopbare journalistiek moeten produceren.

"Er staat veel rotzooi op het internet. In heel wat online newsrooms zitten jonge aspirant-journalisten die vaak van alles op de site zetten zonder hun informatie te checken. *Just to be the first*. Soms denk ik dat ze zelfs geen telefoon hebben. Die stukken zitten vaak vol fouten, en dat gaat niet alleen over dt- of spelfouten. Voor eindredactie is er blijkbaar geen tijd op die online toestanden. Maar het publiek gelooft wat het voorgeschoteld krijgt en het reageert snel en meedogenloos. Dat maakt het dubbel zo erg. Neem het verhaal van die ten onrechte beschuldigde juwelier: dat wordt door iedereen klakkeloos overgenomen, inclusief door *deredactie.be*. Niemand heeft die man ook maar *efkes* gebeld! Dat is het failliet van de journalistieke geloofwaardigheid. We bengelen op de vertrouwensindex al onderaan, nog achter de politici! Die websites worden overigens in een adem vernoemd met het blad waar ze bij horen. Dat soort berichten straalt dus ook af op het serieuze werk van een blad."

Wordt het beter nu grote investeerders zoals een Jeff Bezos van Amazon kranten beginnen opkopen?

"Gewoon maar geld rondstrooien is zinloos. Uitgevers en journalisten moeten naar hun lezers toegroeien. Daarom moeten journalisten de impact van hun stukken opvolgen via Twitter en Facebook. Dat gebeurt hier nauwelijks. Oké, een online-artikel genereert op de webpagina zelf voor tachtig procent rommel en zuur gedoe als reactie. Maar op de sociale media krijg je al een meer volwassen respons. Het contact is directer en persoonlijker. Twitter en Facebook zijn niet anoniem, daar kun je gezichten op plakken. Je moet vandaag je lezer kennen. Zo kan een journalist zich bij manier van spreken tussen de mensen bewegen, in plaats van zich op zijn redactie af te zonderen."

Maar intussen blijven journalisten wel meer en meer achter hun desk zitten...

"Dat klopt, er zijn steeds meer deskjournalisten die nooit veldwerk doen. Journalisten die voor een website schrijven gaan doorgaans niet naar een persconferentie en worden nooit geconfronteerd met de realiteit. Ze schrijven over een moord zonder eens ter plekken te gaan kijken. Ze zitten ononderbroken stukken van nieuwsagentschappen en nieuwssites te *copy-pasten* – vaak zonder bronvermelding. Dat is geen journalistiek! Die jonge gasten worden amper gecoacht, ze worden enkel aangespoord om stukken te schrijven die scoren. Vroeger hoorde ik nooit dat een artikel moest *scoren*, nu is dat scheuring en inslag. Zo kweek je een horde journalisten die nooit geleerd heeft feiten te checken. Op een printredactie zit er tenminste nog een eindredacteur die alles naleest. Maar goed, ik controleer ook alleen maar de papieren editie. Over de waan van de dag heb ik niks te zeggen, die staat meteen online én naast de stukjes van onze printredacteurs (*zucht*). Dat zal maar

ophouden als de lezers afhaken omdat ze het blad niet meer vertrouwen."

Dient een blad als *Data News* het algemeen belang?

"Misschien niet rechtstreeks. Wij behandelen de invloed van de technologie op de maatschappij en de verschuivingen die dat teweegbrengt. Elektrische wagens, 3D printers, online banking, tablets... dat heeft allemaal een enorme impact op de samenleving. En door de klassieke media wordt die onderschat. Wij wijzen op de valkuilen van al die evoluties. Dat maakt ons onrechtstreeks toch ook een waakhond van de democratie."

Lopen adverteerders niet weg als jullie kritisch schrijven over een bedrijf?

"Nee, de grote bedrijven blijven adverteren, die stellen geen eisen. Kritiekloze bladen verdwijnen trouwens allemaal. Mensen haken af als je geen onafhankelijke artikels brengt. Bij lifestyle bladen ligt dat anders, die worden gedreven door advertenties. Grote luxemerken staan niet te springen om naast een artikel over Syrië of een oorlogsdrama in Congo reclame te maken. *De Standaard* is met een magazine begonnen precies om die adverteerders ook mee te pikken. Kijk, wij draaien een omzet van 2,4 miljoen euro met een klein *ploegske* van zes journalisten. En in tegenstelling tot de grote publicatiebladen groeien wij, net als *Trends* trouwens. Dat is omdat we nog in een niche zitten en omdat de lezers nood hebben aan informatie over technologie en business.

Publieksbladen publiceren gewoon te veel artikels die je op het internet kunt vinden."

In je columns wijs je vaak op de teloorgang van onze privacy.

"De wetgeving hinkt achterop. Sommige mensen beweren zelfs dat privacy voor *losers* is en dat je die vandaag moet opgeven om veilig te leven. Maar vandaag kunnen de Amerikaanse inlichtingendiensten alle data, ook de onze, van Google, Microsoft, Facebook en Twitter raadplegen. Google weet precies waar en wanneer wij wat doen! Onze politiediensten werken met plaatherkenning en zien constant waar je rijdt of waar je op café gaat. Privacy is een *hot issue* want Big Brother zit vandaag overal."

Is dat allemaal zo erg als je toch niets op je kerfstok hebt?

"Stel de vraag eens zo: zou je het oké vinden dat de postbode elke dag je brieven inkijkt, er een kopietje van maakt en die bijhoudt in een archief? Dan piepen mensen wel anders. Uiteindelijk wordt niemand graag bespied. En toch geven we onze data weg aan Google die ze gebruikt om ons te belagen met gerichte reclame van zodra ze weten wat we eten of waar we sporten. Google wil nu alle beelden over kinderporno vernietigen, terwijl dat toch een beslissing van de overheid zou moeten zijn. Wat als Google ook besluit om andere bestanden te vernietigen? We hebben zelfs toegelaten dat dit Amerikaanse bedrijf hier door de straten rijdt en onze voordeur filmt! En de Chinese telecomgigant Huawei, die nu al onze netwerken beheerst, tapt ook al onze gebruikersgegevens af. Tot voor de *leaks* maakte niemand zich in Brussel zorgen over de gevaren van de technologie. Ons, journalisten, komt het toe constant te blijven waarschuwen hiervoor, zoniet komen politici nooit in beweging. Anderzijds is het nu natuurlijk al te laat om nog serieus te reageren. Straks zit er in elke muts, elke bril en elke oog lens een camera, verbonden met sociale media en andere platformen. Wie gaat daar de spelregels bepalen?"

'Te veel jonge journalisten in digitale newsrooms worden amper gecoacht. Ze worden enkel aangespoord om stukken te schrijven die scoren.'

Beslissing over de klacht van de heer Thomas Van Hemeledonck tegen *Story*, de heer Frederik De Swaef, hoofdredacteur, en mevrouw Lisa Gabriëls, journaliste

Met een brief van 19 maart 2013 dient de heer Thomas Van Hemeledonck klacht in tegen *Story*, de heer Frederik De Swaef en mevrouw Lisa Gabriëls. Aanleiding is een artikel in *Story* van 26 februari 2013 met als titel: "VTM-journalist Thomas Van Hemeledonck 'ging jarenlang vreemd met tientallen vrouwen'." Hoofdredacteur Frederik De Swaef antwoordt hierop met een brief van 14 mei 2013, waarop de heer Thomas Van Hemeledonck gerepliceerd heeft met een brief van 8 oktober 2013.

De rapporteringscommissie van de Raad voor de Journalistiek heeft een hoorzitting gehouden op 17 januari 2014. De heer Thomas Van Hemeledonck was hierop aanwezig. Namens *Story* verschenen hoofdredacteur Frederik De Swaef en bedrijfsjurist Gilles Van Cauteren.

DE FEITEN

Klager is een bekende journalist die op VTM verscheidene programma's presenteert of eraan meewerkt. In de vooravond van 22 februari 2013 wordt hij via sms gecontacteerd door journaliste Lisa Gabriëls van *Story*, die hem om een reactie vraagt op een interview met zijn ex-vrouw over verscheidene affaires die hij zou hebben gehad en die aan de basis zouden liggen van hun echtscheiding.

Klager ziet de sms pas 's avonds laat en neemt daags nadien, op zaterdag 23 februari, contact met de journaliste. Klager vraagt bedenktijd, die hij naar eigen zeggen krijgt, en stuurt op zondag 24 februari een reactie naar de journaliste waarin hij zijn echtscheiding bevestigt en stelt dat dit verder behoort tot zijn privéleven. Hij vraagt aan *Story* om deze reactie woordelijk bij het artikel te publiceren.

In het nummer van 26 februari publiceert *Story* het interview met de ex-vrouw van klager. Het artikel wordt op de voorpagina aangekondigd met onder meer een citaat: "Thomas: 'Ik ben wie ik ben, ik zal nooit één vrouw trouw blijven'." De reactie van klager wordt niet gepubliceerd in het betrokken nummer.

DE STANDPUNTEN VAN PARTIJEN

Klager voert aan dat hij geen loyale kans kreeg om op het interview te reageren. Op het moment dat journaliste Lisa Gabriëls hem op vrijdag 22 februari contacteerde, was hij met vakantie in het buitenland zodat hij de sms pas na enkele uren zag. Toen hij daags nadien de journaliste contacteerde, zei deze dat *Story* afsluit op maandag en klager dus nog twee dagen had om te reageren. Op zondag 24 februari stuurde klager een reactie naar de journaliste die hij woordelijk gepubliceerd zou zien. Hij bevestigde daarin zijn echtscheiding en stelde dat dit verder hoorde tot zijn privéleven. Op maandag 25 februari meldde *Story* aan klager dat het magazine zoals altijd afgesloten was op vrijdagavond 22 februari en dat zijn reactie dus te laat kwam voor het nummer van 26 februari. Klager vindt dit niet loyaal en stelt dat er geen

enkele urgentie was om het artikel te publiceren. *Story* had zonder probleem kunnen wachten tot een volgend nummer. Klager noemt de beweringen over zijn privéleven niet maatschappelijk relevant. Hij geeft toe dat hij in vroegere publicaties gesproken heeft over zijn privéleven en zijn echtscheiding, maar stelt dat hij zijn echtscheiding daarin enkel bevestigde zonder verder commentaar.

Klager betoogt dat de privacy van zijn minderjarige dochter uit een vorige relatie geschonden is. Er was geen enkele reden om haar in het artikel te vermelden.

Klager vindt dat *Story* de inhoud van het interview onvoldoende gecheckt heeft, noch bij hemzelf noch bij derden, door zich te baseren op slechts één bron, zijn ex-vrouw.

Klager neemt ten slotte aanstoot aan het citaat op de cover van *Story*: "Ik ben wie ik ben, ik zal nooit één vrouw trouw blijven." De cover wekt de indruk dat dat citaat van hem komt, terwijl uit het artikel blijkt dat het om een citaat van zijn ex-vrouw gaat, die de uitspraak in zijn mond legt.

Story voert aan dat de ex-vrouw van klager het magazine contacteerde om een interview te geven over het privéleven van een andere bekende Vlaming, met wie klager een affaire zou hebben gehad. Toen bleek dat het verhaal veeleer over klager ging dan over de betrokken vrouw, besliste *Story* om het toch te publiceren. We moesten, gezien de deadline, snel beslissen en daardoor zijn er fouten gemaakt, stelt *Story*.

We hebben ook te snel geconcludeerd dat klager niet wilde reageren op onze vraag omdat hij niet onmiddellijk antwoordde, geeft *Story* toe. Dat was een foute interpretatie. De snelle publicatie had te maken met de voorwaarden die de ex-vrouw van klager stelde. Zij wou slechts een interview geven als dat gepubliceerd zou worden in het nummer van 26 februari. *Story* zegt dat het die voorwaarden onvoldoende overwogen heeft.

Story vindt anderzijds dat het verhaal over het privéleven van klager wel relevant is, aangezien klager in het verleden zelf met zijn privéleven naar buiten trad. Als hij dat deed, had ook zijn ex-vrouw het recht om het te doen, al vindt *Story* dat het de ex-vrouw al te zeer een forum heeft gegeven.

De inhoud van het artikel is volgens *Story* voldoende gecheckt bij een derde partij, maar die derde partij wilde niet dat haar reactie gepubliceerd werd vanwege haar privacy.

Story geeft toe dat het de passage over de minderjarige dochter van klager niet had mogen publiceren.

Ten slotte is het citaat op de cover fout, zegt *Story*, aangezien de indruk gewekt wordt dat het een citaat van klager is, terwijl het om een uitspraak van de ex-vrouw van klager gaat.

BESLISSING

Story heeft klager geen loyale kans gegeven om op het geplande interview te reageren. Uit de briefwisseling blijkt immers dat *Story* al op vrijdagavond werd afgesloten, zodat klager slechts enkele uren had om te reageren.

Story heeft het verhaal over het privéleven van klager onvoldoende gecheckt bij klager noch bij derden. Naast de ex-vrouw van klager die zelf belanghebbende partij is, contacteerde *Story* twee bronnen, maar zoals *Story* zelf schrijft, lichte één bron het verhaal weg en was de ander niet bereikbaar voor commentaar. Dit had *Story* moeten aanzetten tot meer terughoudendheid bij de publicatie van het verhaal. Artikel 2 van de journalistieke Code stelt: *De journalist checkt de waarachtigheid van de informatie.*

De passage over de minderjarige dochter van klager en de relatie met haar vader schaadt het meisje in haar privéleven. Er zijn geen argumenten om de minderjarige dochter

in het artikel te betrekken. Artikel 23 van de journalistieke Code stelt: *De journalist respecteert het privéleven van personen en tast het niet verder aan dan noodzakelijk in het maatschappelijk belang van de berichtgeving. De journalist gaat in het bijzonder omzichtig om met mensen in een maatschappelijk kwetsbare situatie, zoals minderjarigen, slachtoffers van criminaliteit, rampen en ongevallen, en hun familie.*

Het citaat op de cover is nooit door klager ten aanzien van *Story* uitgesproken terwijl *Story* expliciet die indruk wekt. Artikel 3 van de journalistieke Code bepaalt: *De journalist schrapt of verdraait geen essentiële informatie in teksten, beelden, klankfragmenten of andere documenten.*

Om die redenen is de Raad voor de Journalistiek van oordeel: de klacht is gegrond.

Brussel, 13 februari 2014



WORKERS
RUN-BIKE FOR LIFE
VRIJDAG
28 MAART 2014
GREECE

START LOPERS
 ● SANOMA : 8.00

START FETSERS
 ● VRT : 10.00

AANKOMST
 ● VRT : 16.00

Inschrijvingen & info via: workersrun@vrt.be
 acod tel: 02/741 52 30/acv tel: 02/741 52 32/vsoa tel: 02/741 54 83
 Een initiatief van de drie vakbonden van de VRT i.s.m. de Vlaamse Media



WORKERS
RUN-BIKE FOR LIFE
VRIJDAG 28 MAART 2014
GREECE

VRT - VVJ - BELGA - VIER/VIJF
 WOESTIJNVIS - VTM - SANOMA
 HET LAATSTE NIEUWS
 HET NIEUWSBLAD - DE MORGEN

INSCHRIJVEN:
 WORKERS RUN (51 km in estafette):
 BIKERS RUN (90 km):
 SPONSORBIJDRADE:
 INFO: 02/741 52 30 (ACOD-VRT)

ESTAFETTE WORKERS RUN FOR LIFE

DUID AAN WELKE VAN VOLGENDE TRAJECTEN JE WIL LOPEN:

- SANOMA – STATION EPPEGEM (9,5 km)
- STATION EPPEGEM – WOESTIJNVIS (6 km)
- WOESTIJNVIS – VTM (3 km)
- VTM – DE PERSGROEP (12,5 km)
- DE PERSGROEP – CORELIO (8 km)
- CORELIO - BELGA (11 km)
- BELGA – VRT (1 km)

Mens achter het nieuws

Mark ECKHAUT (*De Standaard*): gefascineerd door verhalen uit de buik van de maatschappij

Jan Backx

Mark Eckhaut (46) legde een opmerkelijk journalistiek parcours af. Ooit belde hij als piepjonge *Blik*-reporter aan bij mensen die de vreselijkste dingen hadden beleefd. Latere omzwervingen brachten hem naar de toenmalige *Financieel-Economische Tijd*, *Het Volk* en *Het Laatste Nieuws*. Nu zit hij al een dozijn jaar gebeiteld bij *De Standaard*. Gerechtsverslaggeving, met daarin grote aandacht voor het menselijke verhaal, is zijn ding. Gelukkig vindt Mark elke ochtend een heel begripvolle levenspartner aan de ontbijt-tafel: VRT-justitiespecialiste Caroline Van den Berghe.

Pas zes jaar geleden ruilde hij het chauvinistische Aalst voor het niet minder chauvinistische Antwerpen. "Mijn pa was OCMW-ambtenaar in de ajuinestad", aldus Mark. "Hij had me graag jurist zien worden. Maar een teken aan de wand was al dat ik in het Klein

College een opstelwedstrijd won met een verhaaltje over kabouters. Rechten, nee dat zag ik niet zitten. Veel te saai en altijd maar uit het hoofd blokken. Het werd Germaanse, in Gent."

Zijn dienstplicht was al na één dag vervuld: er was iets niet pluis met zijn longinhoud. Daar heeft hij vandaag geen last meer van. "Nu jog ik zonder problemen. En graag."

Op zoek naar een broodwinning mikte Mark niet op het onderwijs. "Ik solliciteerde links en rechts: bij een bank, bij Volvo Gent... Een toevallige gebeurtenis leidde me toen naar de journalistiek. Pa en ma kwamen thuis van een vakantie, en onderweg hadden ze een *Laatste Nieuws* gekocht. Vader duwde me een advertentie onder de neus: de krant zocht journalisten voor haar weekbladen... Ik naar dat examen aan de Emile Jacqmainlaan: een stukje schrijven, iets uit een Engelse tabloid vertalen. En jawel, ik was geslaagd. Pas toen daagde het me: ik mocht beginnen bij *Blik* en *Kwik*."

Twee bladen met veel straffe vertelsels en blote billen, toch? Mark Eckhaut: "Tja, zo stonden ze aangeschreven, maar ik werd al snel gefascineerd door de pakkende verhalen uit de buik van de maatschappij. Ik leerde enorm veel bij, omringd door collega's als Caroline Stevens en Geert Neyt, en met Karel Van der Mynsbrugge als baas. Na zes maanden desk mocht ik als *Blik*-reporter de boer op: zelf spitten en reportages maken. Het was een bewogen periode. De verdwenen meisjes Inge en Katrien, het raadsel van Kim en Ken, de dood

van koning Boudewijn... Ik leerde met mensen omgaan. Aan nieuwsgaring doen in emotioneel geladen situaties is niet vanzelfsprekend, zeker niet als je bij slachtoffers aankomt met een visitekaartje van *Blik*. Maar ik ga er prat op dat ik bij al die mensen nog altijd zonder schaamrood kan langsgaan. Nooit heb ik mensen om de tuin geleid of in de luren gelegd."

Na drie jaar *Blik* stapte hij over naar *Het Volk*. Nieuwe biotoop: het Brusselse gerechtshof. "Een gouden tijd was dat, toen alle diensten nog onder één dak zaten en ik armslag kreeg om persoonlijke contacten uit te bouwen. Die kwamen me enorm goed van pas toen in 1996 de affaire-Dutroux insloeg als een bom."

Hij waagde nog een zijsprongetje van elf maanden bij *Het Laatste Nieuws*, maar keerde terug naar *Het Volk*. "Toch begon ik er serieus over te piekeren of ik wel mijn hele verdere loopbaan achter pedofielen zou blijven aanhollen. Ik beproefde mijn geluk bij de *Financieel-Economische Tijd*. Maar ook daar, als algemeen reporter, bleef ik onvoldaan. Terwijl ik over de voedselcrisis of uit de handel genomen mayonaisepotten berichtte, stond het land nog altijd op zijn kop door de zaak-Dutroux."

Net op dat moment besefte *De Standaard*-hoofdredacteur Peter Vandermeersch dat zijn krant dringend iemand nodig had om het dossier-Dutroux en het nakende proces erover te coveren.

Aan Mark vroeg hij de overstap te maken, en die is daarmee nog altijd bijzonder in zijn sas. "Ik geniet van een grote vrijheid hier, mag speuren en dieper spitten naar onderwerpen, ik kan tijd vrijmaken om met mensen te praten. Telkens weer met als finaliteit een goed en stevig onderbouwd verhaal te brengen. Soms denk ik wel eens terug aan mijn jonge zelf, tijdens mijn eerste dagen bij *Blik*: *ga ik dat wel kunnen?* Het blijft toch telkens weer een uitdaging."

Gelukkig ook gecompenseerd door wat vertier. "Vlakbij mijn thuis liggen grote parken, waar ik graag ga joggen. Met vrienden in Corsica en Kroatië in de bergen gaan stappen doe ik ook wel eens. Tot vorig jaar was ik zaalvoetballer, maar dat heb ik gestopt. Wat altijd zal blijven is dan weer de liefde voor mijn geboortestad. Met carnaval ben ik er stevast bij



Mark Eckhaut (midden van de foto, met lint rond de nek)
(foto Mine Dalemans)

Onder embargo

Diederik Van Vaerenbergh (*De Standaard*) is de nieuwe voorzitter van de VBS (Vlaamse Bond van Sportjournalisten), de Vlaamse afdeling van de nationale sportpersbond Sportspress.be. Dat heeft de VBS op zijn algemene vergadering van 15 februari beslist.

Ronny Ceuleers (actief gepensioneerde, *Gazet van Antwerpen*), die voorzitter was sinds de oprichting van de VBS in 2000, stelde de nog resterende twee jaar van zijn mandaat ter beschikking. Hij blijft wel ondervoorzitter.

Johan Koekelbergh (*Het Laatste Nieuws*) werd herkozen als bestuurslid en **Bart Vandenbroucke** werd in het VBS-bestuur gecoöpteerd als afgevaardigde van de sportpersfotografen.

Bij *Knack Weekend* gaat **Pierre Darge** op 1 maart met pensioen. Hij blijft wel verder actief als zelfstandig journalist.

Jan Van de Poel heeft na 13 jaar een punt gezet achter zijn carrière als regionaal beroepsjournalist bij *Gazet van Antwerpen*. Sinds half februari werkt hij als communicatiemedewerker bij Voka – Kamer van Koophandel Mechelen.

Karl Van den Broeck, ex-*De Morgen* en ex-*Knack*, heeft de leiding genomen van de nieuwssite *Apache.be*. Tegelijk wordt de redactie verdubbeld tot acht mensen. Apache rekent over een termijn van drie jaar op 11.000 abonnees en 1,5 miljoen euro om een kwalitatieve en rendabele nieuwssite te worden.

Bert Hertogs, hoofdredacteur van *concertnews.be*, is ontevreden omdat er via Google Ads ongewild politieke advertenties van N-VA op zijn nieuwssite staan. Websites halen voor een deel hun inkomsten uit de verhuur van advertentieruimte, maar welke reclame er precies verschijnt, kiest men in principe niet zelf.

Toch bestaat de mogelijkheid om welbepaalde categorieën van advertenties te weren. *Concertnews.be* deed dat ook met betrekking tot reclame in de politieke en religieuze sfeer, kwestie van neutraal te blijven. Maar blijkbaar werkt de filter niet voor de **N-VA**-boodschappen.

Bert Hertogs contacteerde **Google** om opheldering te krijgen. Op een antwoord blijft het wachten.

Vtm-journalist **Patrick Van Gompel** was

in de Oekraïense hoofdstad Kiev, toen daar op 20 februari zware onlusten uitbraken tussen betogers en politie. Op zeker moment kreeg hij op zijn hotelkamer onaangemeld bezoek van enkele gewapende betogers, die op zoek waren naar sluipschutters van de politie.

“Maar ik kon hen ervan overtuigen dat ik journalist was”, aldus Patrick. “En toen gaven ze me vriendelijk het advies om niet te dicht bij het raam te staan.”

Is het statuut van **erkend journalist** achterhaald? Die vraag werd, in het kader van een bredere poll over allerlei actuele mediavragen, losgelaten op de aanwezigen op de Staten-Generaal van de Media van 17 februari. De antwoorden: 43% vindt van niet, 33% vindt van wel, en 24% is onbeslist.

De vraag verdient hoe dan ook geen schoonheidsprijs. Want wat bedoelden de opstellers er dan mee: of het statuut helemaal achterhaald zou zijn, of enkel in zijn huidige vorm? En dan de media maar verwijten dat hun opiniepeilingen amateurwerk zouden zijn...

Voor VVJ-leden is een nieuwe versie van het **Vademecum voor Freelance Journalisten** beschikbaar op www.journalist.be. Alle cijfergegevens zijn bijgewerkt, contactgegevens gecheckt en URL's waar nodig vervangen.

Nu heeft ook de **belastingcontrole** van Eeklo aanvaard dat een freelancejournalist zijn vergoedingen opsplijst in 70% honorarium en 30% auteursrechten. Dat is de verhouding die door de VVJ naar voren is geschoven als redelijk en haalbaar. Het gros van de Vlaamse uitgevers daarentegen blijft freelancers integraal in auteursrechten vergoeden – met alle risico's vandien.

De Erkenningscommissie heeft voor het eerst journalisten van *Newsmonkey.be* als beroepsjournalist erkend. Het gaat om **Lien Buyck** en **Stig Geukens**.

Pas na de zomer wordt *De Morgen* in een compleet nieuw kleedje gestoken, en niet volgende maand, zoals eerder aangekondigd. De papieren krant verschijnt dan op een kleiner formaat en ook de website wordt volledig vernieuwd.

De **politie van Leuven** is bijzonder ontgoocheld over *Het Laatste Nieuws*. Nadat twee kotstudentes waren omgekomen in

een brand, waren familieleden bloemen komen neerleggen aan het huis, met de uitdrukkelijke vraag om dit zonder pers in de buurt te doen.

Alle aanwezige journalisten hielden zich aan die wens, maar niet een **fotograaf**, die vanuit een voorbijrijdende auto toch foto's maakte. “In ware paparazjistij”, aldus de Leuvense politie. De fotograaf had zijn gezicht zelfs onder een sjaal verstoppt.

Toch is de Leuvense politie formeel zeker dat het een medewerker van *HLN* betrof, want de foto's stonden daags nadien in die krant. De politie van Leuven schrapte de betrokken lokale medewerker uit haar **mailinglist**.

En **Dirk Draulans** is boos op *Het Nieuwsblad* en *De Standaard*, wegens plagiaat van een artikel van hem over de Chinese panda's die naar België zijn gekomen. Enkele passages blijken gewoon copy-pasted te zijn, zonder bronvermelding.

Bij *Het Nieuwsblad* wordt de fout ingezien. Maar niet de redacteur van het stuk is ervoor verantwoordelijk, zo blijkt. Hij vermeldde *Knack* wel degelijk als bron, maar die verwijzing werd er op het niveau van de **eindredactie** uitgewipt. Dirk Draulans brengt de zaak voor de Raad voor de Journalistiek.

Concentra, uitgever van *Het Belang van Limburg* en *Gazet van Antwerpen*, staat vlakbij de overname van de Nederlandse **Media Groep Limburg**, met de kranten *Limburgs Dagblad* en *De Limburger*. Krijgen we straks, naast De Persgroep, ook met Mediahuis een Vlaams-Nederlandse media-alliantie?

Op 25 maart verschijnt een nieuw citaatenboek van **Karel Cambien**. Dit keer bevat het de beste onliners en quotes van Bart De Wever uit de voorbije tien jaar. “Die selectieve bundeling levert een uitstekend beeld op van de persoon en de denkwereld van BDW”, aldus uitgever Van Halewyck.

Een recente *Panorama*-uitzending op Canvas heeft een kijkcijferrecord opgeleverd: de reportage van **Wim Van den Eynde** over notarissen trok 422.000 kijkers. Dat zijn er ruim tienduizend meer dan de *Pano*-reportage over de Hasseltse politie in 2011.



In de prijzen vallen?

PRIJS VOOR ONDERZOEKSJOURNALISTIEK 2014

Voordrachten voor De Loep t/m 15 april 2014

Onderzoeksjournalisten doen vaak baanbrekend werk. Ze roeien op tegen de stroom van bezuinigingen en de waan van de dag. De Loep is een erkenning voor het beste in de Nederlandse en Vlaamse onderzoeksjournalistiek. Ook dit jaar kan een ieder één of meerdere producties voordragen. Om voor de prijs in aanmerking te komen, moet het werk zijn gepubliceerd in de periode 1 april 2013 tot en met 31 maart 2014.

Voordrachten kunnen gedaan worden via de website van de VVOJ:

www.vvoj.nl > De Loep > aanmelden.

De sluitingsdatum is 15 april 2014.

V

V



J

www.vvoj.nl bestuur@vvoj.nl www.vvoj.be

Vereniging van Onderzoeksjournalisten