

De Journalist

Magazine van de VVJ

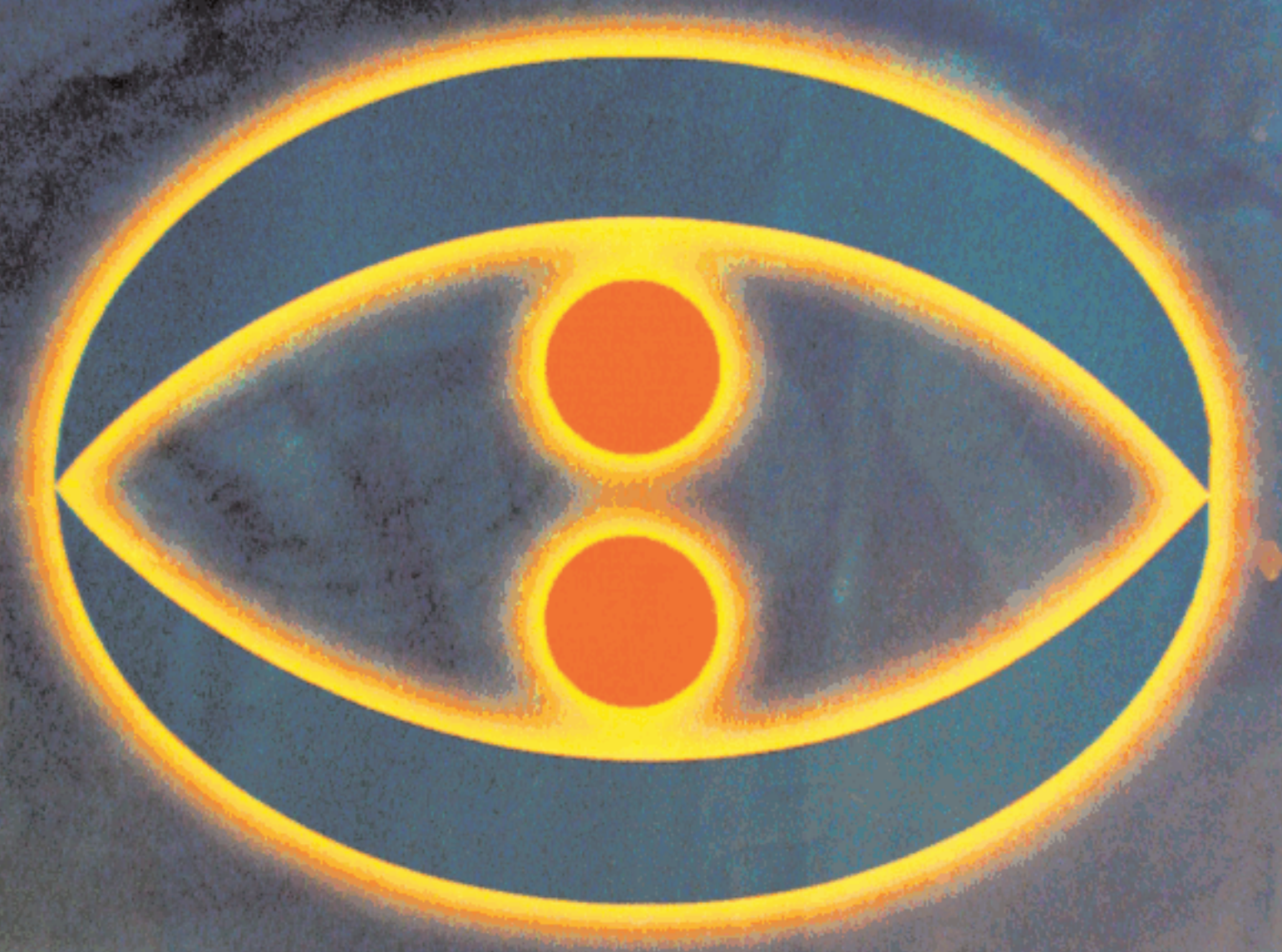
België-Belgique

P.B.

8900 IEPER 1

3/8136

Afgiftekantoor Ieper



Dossier: Nieuwe media - Mediargus

Derk-Jan Eppink, mens uit het nieuws

Gerommel in de Franstalige dagbladpers

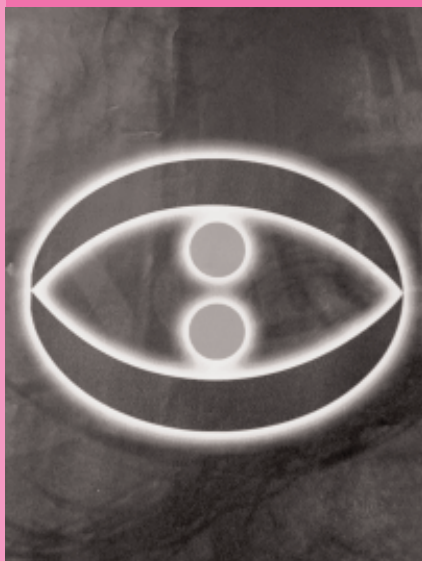
De (onvolledige) cijfers van Roularta

TV Limburg / VRT: 1-1

Inhoud

Van de redactie	3
Actueel	
Mens uit het nieuws: Derk-Jan Eppink	4
Raad voor de Journalistiek en VCM	
Gerommel in de Franstalige krantenmarkt	5
Luxemburg beraadt zich over bronnengeheim	
Dossier: Nieuwe media - Mediargus	
Interview directeur Patrick Lacroix	6-7
'Auteursrechten niet mijn verantwoordelijkheid'	8
VUM-journalisten massaal naar de JAM	9
Over internetjournalistiek	11
Scheef bekeken	9
Onder vrienden	
Filmruzie tussen TV-Limburg en VRT	12
Opinie	
De regionale krant, nog een echte meneer	14
Contextzenders worstelen met reclame	15
Mens achter het nieuws	
Yvette Mignolet-Henno van Vitaya	16
Nieuws uit de Verenigingen	
Een enquête voor en over zelfstandigen	17
Minister doorkruist Erkeningscommissie	18
Onder Embargo	19

Foto: Johan Van Cutsem



Magazine van de Vlaamse
Vereniging van
beroepsJournalisten (VVJ)

Coördinatie

Pol DELTOUR en
Luc STANDAERT

Vaste medewerkers

Jan BACKX,
Kim DUCHATEAU,
Marleen FRANSEN,
Wout PITTOORS,
Johan VAN CUTSEM,
Kris VANDERHAEGEN,
Luc VANHEERENTALS

Redactiesecretariaat en abonnementen

Lisbeth Moons
Résidence Palace
Blok C - Lokaal 2232
Wetstraat 155
1040 Brussel
Tel. 02/235.22.70
Fax 02/235.22.72
avbb@journalist.be

Publiciteitsregie

Laurent COPPENS
E-mail laurent.coppens@euronet.be

Lay-out & druk

Drukkerij Deman nv
Nijverheidslaan 5
8970 Poperinge
Tel. 057/33 67 21
Fax 057/33 40 18



Lid van de Unie van Uitgevers van de
Periodieke Pers



Auteursrecht

Heeft een journalist auteursrecht op zijn werk? De vraag is van een absurditeit die onmiddellijk een wedervraag oproept: waarom zou hij geen auteursrecht hebben? In welk opzicht zou journalistiek werk zo erg verschillen van zeg maar literair werk of wetenschappelijk werk, dat de klassieke auteursrechtelijke bescherming zoals we die in vrijwel de hele wereld kennen, er niet op van toepassing zou zijn? Niet dus. En toch zijn we ons in de Belgische mediawereld decennialang onbewust geweest van het bestaan van zoiets als journalistieke auteursrechten, zowel aan journalisten-tenkant als aan uitgeverskant trouwens. Tot de wetgever in 1993 zelf het bestaan van het auteursrecht voor journalisten bevestigde. Sindsdien zijn we wakker geschoten, aan de twee kanten. Aan 'onze' kant richtten een aantal vooruitziende journalisten rond toenmalig AVBB-voorzitter Piet De Busschere in 1995 de Journalisten Auteursmaatschappij of JAM op, om het zakelijk beheer van de auteursrechten te verzekeren, en om know how op te bouwen. Aan uitgeverskant doken vanaf die tijd de eerste contracten op waarin sprake was van auteursrechten, en waarin die auteursrechten stevast 'om niet' werden overgedragen aan de werkgever.

Dat de oprichters van de JAM het bij het rechte eind hadden, weten we sinds begin dit jaar allemaal. Alleen al de reprografierechten leveren iedere schrijvende journalist een niet te versmaden extraatje op. Of de uitgevers het bij het recht eind hebben met de afdrachten van rechten, is twijfelachtig. Al is dit wel duidelijk een zaak waarin het verschil tussen gelijk hebben en gelijk krijgen groot is. Volgens de wet behoort het auteursrecht aan de journalist, maar in Vlaanderen hebben hooguit enkele tientallen journalisten kunnen weerstaan aan het vriendelijke verzoek van hun uitgever om hun auteursrechten af te dragen. En beginnende journalisten tekenen hun auteursrechten weg zonder het zelf te beseffen. De voorbije maanden was de druk om de auteursrechten af te staan weer groot, ook en vooral op medewerkers en zelfstandige journalisten.

En daar wringt het schoentje natuurlijk helemaal. Er kan eeuwig-en-drie-dagen gediscussieerd worden over de auteursrechten van journalisten in dienstverband. Maar er kan niet gediscussieerd worden over het auteursrecht van zelfstandige journalisten. Zelfstandige journalisten worden geacht over hun vergoeding te onderhandelen, en dat is iets anders dan een voorgedrukt contract ondertekenen waarin vermeld staat dat ze al hun rechten gratis afstaan.

Dat geldt dubbel en dik voor Mediargus, de elektronische knipselbank die de Vlaamse uitgevers samen hebben opgezet. Mediargus is een prachtig initiatief en een zeldzaam voorbeeld van samenwerking tussen de uitgevers. Het zou dan ook zeer dom zijn dat initiatief op de helling te zetten door halsstarrig te blijven weigeren om te praten over de auteursrechten van de relatief kleine groep zelfstandige journalisten.

Luc Standaert



Foto: Johan Van Cutsem

Column Eppink niet langer in De Standaard

Voormalig De Standaard-redacteur Derk-Jan Eppink publiceert nu ook niet langer zijn maandelijkse vrijdagcolumn in die krant. Eppink, die momenteel kabinetsmedewerker is van Europees commissaris Frits Bolkestein, besliste daar zelf toe. Het opdoeken van de column baadt in een sfeertje van politieke censuur.

Pol Deltour

Derk-Jan Eppink zelf weigert commentaar te geven op het opdoeken van zijn column. "Veel te delicaat", weet hij. Overigens ligt ook nog een ander project van de ex-Wetstraatjournalist op apegapen: een boek van zijn hand, getiteld 'Memoires van een Nederbelg'. Dat werk moest zo'n beetje het journalistiek testament worden van zijn periode in de Wetstraat. Het manuscript ligt al een poosje drukensklaar bij Lannoo, maar ook dat houdt Eppink nu tegen.

Onder druk van wie? De Standaard zelf maakte in zijn editie van 20 september jl. gewag van "druk van premier Verhofstadt". "Derk-Jan Eppink botste ook toen hij nog voor De Standaard werkte, geregeld met de VLD-top", staat in een bericht aan de lezer. Zijn maandelijkse column, sinds hij aan de slag ging bij Eurocommissaris Bolkestein, gooide niet onmiddellijk olie op de golven. "Meermaals schreef hij een stuk dat in het VLD-hoofdkwartier niet gesmaakt werd. (...) Vooral het pittige 'De papenvreters', waarin VLD-voorzitter Karel De Gucht werd aangepakt, zorgde voor zure oprispingen."

De Standaard citeert 'geruchten' die willen dat federaal premier Verhofstadt via Europees commissievoorzitter Romani Prodi (!) Eppink het zwijgen heeft opgelegd. Het nuchtere argument daarbij zou zijn geweest dat een kabinetsmedewerker maar moeilijk tegelijk ook een journalistieke functie kon uitoefenen. Alvast de tussen-

komst van Verhofstadt wordt in dezelfde editie van DS echter formeel weerlegd door de woordvoerder van de premier, Miguel Chevalier. "De premier heeft geen enkele stap, geen enkele démarche gedaan", aldus Chevalier.

Blijft de mogelijkheid dat Eppink droogweg het slachtoffer is geworden van zijn kabinetsstatuut, en dat zijn eigen oversten tot de vaststelling kwamen dat die columns een brug te ver waren. Dat botst dan wel met het spreekrecht van de ambtenaren, ook die in Europese dienst. Er is ook wel een zeker spreekverbod, maar dat geldt enkel publieke verklaringen over Europese aangelegenheden zelf. Overigens is er een illustere tegenvoorbeeld van een kabinetsmedewerker die wel columns kwijt kan in de krant: Brice De Ruyver, kabinetsadviseur van niemand minder dan Guy Verhofstadt zelf... Het is in dezelfde Standaard dat De Ruyver maandelijks over 'Law and order' publiceert.

De federaal premier ontkent dan wel met klem elke tussenkomst in de zaak-Eppink, eigenlijk had hij een stapje verder kunnen gaan. Met het voorbeeld-De Ruyver in de hand had hij bij de Europese Commissie vurig kunnen bepleiten dat kabinetsmedewerkers wél columns moeten kunnen schrijven in de krant. Ten aanzien van iemand die zo gehecht is aan de 'open debat-cultuur', is dat niet eens zoveel te veel verwacht.

Grote kuis in Vlaamse raden voor de media

Burgers met klachten tegen de audiovisuele media die niet te maken hebben met journalistieke deontologie, zullen in de toekomst terecht kunnen bij een enkel loket, dat de naam Vlaams Commissariaat voor de Media zal dragen. Voor klachten in verband met journalistieke deontologie - zowel tegen de omroepen als tegen alle printmedia - wordt de VZW Raad voor de Journalistiek bevoegd, die de VJ en de Vlaamse mediadirecties samen hebben opgericht.

Dat zijn de krachtlijnen van een plan van minister van Media Dirk Van Mechelen (VLD). De minister erkent op die manier uitdrukkelijk de zeggingsmacht van de Raad voor de Journalistiek voor alles wat journalistieke deontologie aangaat. In de lijn hiervan wil het kabinet de bevoegdheid van de Vlaamse Geschillenraad voor Radio en Televisie bijspijkeren. Volgens de letter van het decreet is die momenteel nog bevoegd is voor de deontologie van de omroep-

journalisten, maar Van Mechelen overweegt die bevoegdheid te schrappen. De Geschillenraad zou dan enkel nog bevoegd zijn voor de controle van de politieke neutraliteitsverplichting, die voor de Vlaamse audiovisuele media geldt.

Wirwar

Diezelfde Vlaamse Geschillenraad zou verder worden samengevoegd met twee andere officiële Vlaamse instanties, die over de audiovisuele media gaan. Het gaat om het Vlaams Commissariaat voor de Media en de Vlaamse Kijk- en Luisterraad. De eerste behandelt in essentie administratieve kwesties zoals de inachtneming van uitzendvergunningen, de tweede houdt zich uitsluitend bezig met programma's gericht op kinderen.

Door de samenvoeging hoopt de minister de burger enigszins gewijs te maken in de momenteel bestaande wirwar van klachteninstanties voor de omroepen. (PD)

Megafusie in de Franstalige dagbladpers op komst ?

Is er een samenwerking – misschien zelfs een fusie – op komst tussen de Franstalige dagbladuitgevers Sud Presse/Rosel (La Capitale, La Meuse) en Vers l'Avenir/Medi@bel (Vers l'Avenir) ? De Franstalige journalistenbond AJP zet zich samen met de reguliere vakbonden alvast schrap tegen een mogelijk banenverlies.

Pol Deltour

Zowel Sud Presse als Vers l'Avenir kampen met een tekort aan middelen om nieuwe investeringen te financieren. Met name in de respectievelijke drukkerijen dringen die zich absoluut op. Vandaar het idee om de koppen bijeen te steken. De concurrerende krant La Dernière Heure (uitgegeven door IPM) gewaagde zelfs van de creatie van een nieuwe krant, die over anderhalf jaar alle bestaande regionale titels van Sud Presse en Vers l'Avenir zou vervangen.

Van weerskanten ontkenden de directies echter met klem dat het zo'n vaart zou lopen. Dat de investeringsmiddelen ontbreken, wordt wel toegegeven. "Maar voor het overige wordt er op dit moment hooguit informatie uitgewisseld", zei gedelegeerd bestuurder Bernard Marchant van Sud Presse/Rosel. "Alle cijfers over ontslagen die circuleren, zijn pure speculatie van de vakbonden."

Op dit ogenblik werken bij Sud Presse 375 mensen en bij Vers l'Avenir 250. Op directieniveau zelf zou intussen gezegd zijn dat een gefuseerde groep slechts een goeie 400 personeelsleden zou kunnen tellen om rendabel te zijn. In Namen kwamen intussen alle syndicale delegaties van beide krantengroepen bijeen. Dat leidde tot een gemeenschappelijk communiqué, waarin AJP, CSC/CNE en SETCA-Livre zich formeel verzetten tegen de wijze waarop de betrokken Franstalige uitgevers aan een herstructurering of zelfs fusie werken. Er wordt aangedrongen op een maximale openbaarheid. De personeelsbonden herinneren er daarbij aan dat "de dagbladpers vitaal is voor onze democratie, en dat een eventuele fusie

van kranten ernstige vragen doet stellen in verband met redactionele lijnen, lezers en verschillende culturen".

Nog volgens de personeelsdelegaties kregen beide krantengroepen in de voorbije jaren reeds zware economische en sociale herstructureringen te verwerken. "In die context, zullen de delegaties alles in het werk stellen om nieuwe bloedbaden te vermijden."

Franstalige dagbladuitgevers weigeren met AJP te praten over barema's

De JFB, vereniging van de Franstalige krantenuitgevers, weigert met de Franstalige journalistenbond AJP sectorale onderhandelingen aan te knopen over barema's voor de journalisten. "Met unanimiteit", zo staat in een mededeling van de JFB aan de AJP, "zijn de dagbladuitgevers het erover eens dat de onderhandelingen over barema's worden voortgezet in de schoot van hun respectievelijke bedrijven, en dus buiten de gesprekken blijven over een sectorale CAO tussen JFB en AJP."

De Franstalige krantenuitgevers blijven ook incommunicado voor gesprekken over de oprichting van een Franstalige Raad voor de Journalistiek naar Vlaams model. In dezelfde mededeling van 1 oktober "bevestigen ze hun wil om voorrang te geven aan het werk dat in verband met deontologie geleverd wordt in de schoot van het College van de Hoofdredacteurs". (PD)

Raad van Europa beraadt zich over persvrijheid en bronnengeheim

"Almaar meer worden media door autoriteiten onder druk gezet om film- of beeldmateriaal te overhandigen, of om getuigenis af te leggen over iets. Dit is een gevaarlijke tendens, omdat ze het statuut van de journalist als onafhankelijke en neutrale waarnemer ondermijnt." Dat zei Aidan White, secretaris-generaal van de Internationale Federatie van Journalisten (IFJ), op een Conferentie georganiseerd door de Raad van Europa. De Raad beraadde zich op 30 september en 1 oktober over hoe persvrijheid en andere mensenrechten in een moderne democratie met elkaar dienen verzoend. Op de conferentie was veel te doen over het journalistieke bronnengeheim. De Gentse hoogleraar Dirk Voorhoof maakte een internationale stand van zaken op, en daaruit bleek dat in meerdere landen spanningen bestaan rond dit thema. Voorhoof verwees naar

een Luxemburgs wetsvoorstel als model voor mogelijke regulering. Die tekst bepaalt dat "elke journalist die door een administratieve of gerechtelijke overheid gehoord wordt als getuige gerechtigd is te weigeren om informatie vrij te geven die de bron identificeert, als ook de inhoud van de bekomen informatie zelf". En verder: "Alle overheden moeten zich onthouden van maatregelen die de bedoeling of zelfs het onbedoelde effect kunnen hebben om een bron te achterhalen." Met dat laatste worden in het bijzonder huiszoekingen en inbeslagnemingen bedoeld.

In België diende onlangs de NV-A een wetsvoorstel in tot regulering van de journalistieke bronnenbescherming. (PD)

Meer info: www.coe.int

Mediargus rekt op winst

Gesprek met Mediargus-directeur Patrick Lacroix

Journalistiek en nieuwe media: steeds meer vinden ze elkaar. Een prachtig voorbeeld van die symbiose is Mediargus, de digitale persknipselbank van de Vlaamse dagbladuitgevers. Aanvankelijk opgezet als een loutere persarchiefdatabank voor de Vlaamse krantenredacties, lijkt Mediargus tegenwoordig uit te groeien tot een volwaardig elektronisch alternatief voor de Vlaamse kranten, dat aangeboden wordt aan het grote publiek. De advertenties die dezer dagen her en der opduiken spreken voor zich. Daarin wordt www.mediargus.be voorgesteld als 'enerzijds het uitgelezen kanaal om de volledige pers dagelijks en gebruiksvriendelijk te screenen, anderzijds het medium bij uitstek om archiefinformatie te consulteren'. Legt Mediargus op die manier toch niet meer en meer een hypotheek op de toekomst van de papieren krant? Wordt Patrick Lacroix, de directeur van Mediargus, binnen afzienbare tijd geen superuitgever van digitaal krantenmateriaal – de enige dan nog in Vlaanderen? Hoog tijd dus voor een babbel met de man. Lacroix, een 35-jarige Truenaar die rechten en economie studeerde in Leuven, Rouen en aan de Vlerick-school, leidt Mediargus nu drie jaar. 'We hebben een goed product', zegt hij, 'en voor mij telt dat een heleboel mensen daar maximaal profijt uit halen.'

Pol Deltour



Foto: Johan Van Cutsem

Patrick Lacroix: 'Als wij het niet deden, hadden buitenlanders het gedaan.'

Blijkens de publiciteit die u momenteel voert, is Mediargus druk op zoek naar nieuwe klanten: mensen die zowel de dag zelf als archiefgewijs kranten en magazines willen consulteren via internet. Hoever wil u daar eigenlijk in gaan? Is the sky the limit?

Lacroix: "Je moet dat toch niet overdrijven. Om te beginnen spreken we over Vlaanderen. Niet over Nederland, want daar blijken ze niet geïnteresseerd te zijn in Vlaamse kranten. We hebben het zelfs niet over België, want de Franstalige pers doet zoals u weet met

Mediargus niet mee.

Binnen Vlaanderen gaat het uiteindelijk ook maar om een beperkte groep van mensen, te weten mediaprofessionals. We zijn nu eenmaal vrij duur, een gevolg van het feit dat niet enkel de content moet betaald worden, maar ook specifieke mensen, problemen van connexiteit, en dies meer. Gewone particulieren zie ik dat allemaal niet betalen. Ons doelpubliek zijn woordvoerders en documentalisten.

Onze limiet is dus zeker niet the sky. Mediargus heeft geeszins de ambitie om in de plaats van de Vlaamse uitgevers te treden."

Dat moet u toch frustreren, zo'n ingetoomd groeiperspectief?

Lacroix: "Neen, omdat dit vooraf zo afgesproken is. Mediargus heeft een heel eigen filosofie."

En die is?

Lacroix: "Onze allereerste bedoeling was en is de eigen Vlaamse redacties te helpen door hen langs digitale weg documentatie aan te bieden. We spreken hier over duizenden journalisten en ander redactiepersoneel, die Mediargus gratis gebruiken. Het hele opzet is om die operatie te financieren via contracten met derden.

Want dat andere mensen geïnteresseerd zijn in dit product staat wel vast. Ook PR-mensen en politici bijvoorbeeld kunnen onze documentatie goed gebruiken. Iedereen blijkt trouwens zeer tevreden

Dossier: Nieuwe media - Mediargus

erover. Totdusver zegde nog niemand een contract op. Misschien brengt Mediargus straks ook nog iets op. Totnogtoe was dat niet het geval: we keerden nog geen enkele cent rechtstreeks aan de uitgevers uit. Dat belet niet dat het wel de bedoeling is om lichtjes aan Mediargus te verdienen, zodat de uitgevers er iets aan over houden.

En dan was er nog een argument om met Mediargus te beginnen: als wij het niet zelf deden, hadden buitenlanders het wel gedaan. Engelsen of Duitsers bijvoorbeeld."

Staat Mediargus toch niet voor een kannibalisering van de papieren kranten, die op dit moment sowieso al niet in een groei-curve vertoeven ? Dreigen al die mediaprofessionals voortaan niet vooral of zelfs uitsluitend op Mediargus te gaan leunen voor hun informatie ?

Lacroix: "Dat denk ik niet. Mediargus is in essentie een knipsel-dienst. En die komt bovenop de bestaande, klassieke abonnementen. Kijk maar eens rond bij ons op kantoor. Ondanks het feit dat iedereen zonder enige beperking Mediargus kan consulteren, leest men 's middags nog steeds zijn papieren krant.

Ik zie dat ook bij de banken, met wie we contracten afsluiten. Zij zijn zelfs bereid contractueel te verzekeren dat ze hun abonnementen niet zullen opzeggen."

Voor veel journalisten was het toch even schrikken, eind september, toen ze in hun eigen kranten moesten lezen dat Mediargus een megadeal afgesloten had met een aantal Vlaamse universiteiten en hogescholen, waardoor liefst 40.000 studenten sinds 1 oktober gratis mogen gaan grasduinen in alle Vlaamse kranten en magazines.

Lacroix: "Pas op, die overeenkomst dekt enkel kranten van minstens twee dagen oud. Ze zijn bovendien enkel te raadplegen via de bibliotheken, dus niet door de studenten thuis. Al bij al verwacht ik dan ook niet zoveel extra consultaties.

Dit is een afspraak die voorlopig vier maanden duurt. De grote uniefs – Leuven en Gent met name – doen trouwens nog niet mee. Met dit project hadden we vooral de bedoeling promotie te voeren voor Mediargus én voor de papieren kranten. Tenslotte gaat het hier om mensen die in hun latere professionele loopbaan ongetwijfeld veel met de media te maken zullen hebben."

Voor al De Standaard on line, die pas nog te betalen is geworden, was men ongerust.

Lacroix: "Ik begrijp dat wel. Ook bij de Financieel-Economische Tijd maak ik dat mee. Zij waren lange tijd immers de enigen die geld hebben proberen te verdienen met digitale journalistiek.

Het komt erop neer dat ik vanaf nu elke beslissing niet alleen met de mensen van de FET maar ook met die van De Standaard zeven keer zal doorpraten. Ook Roularta is meer dan eens kritisch, zij het steeds constructief. Dat heeft dan weer te maken met de informatie die zij op CD-rom uitbrengen.

Een ding weet ik echter zeker: totnogtoe is niemand slechter geworden van Mediargus."

Hoe zit het met de rekeningen van Mediargus ?

Lacroix: "De Vlaamse dagbladuitgevers hebben 250.000 Euro aan kapitaal in Mediargus gestopt, en daarnaast nog eens 500.000 Euro aan voorschotten. Dat maakt een eigen investering van 750.000 Euro.

Daarnaast hebben we, gespreid over drie jaar, een Vlaamse subsidie ontvangen van 400.000 Euro. De afspraak is dat de Vlaamse uitgevers per Euro subsidie zelf 1 Euro inbrengen. Volgend jaar wordt de subsidie overigens toegespitst op opleiding: ze moet dan dienen om journalisten Mediargus nog beter te leren kennen. Ik zou dus willen dat die subsidie een beetje genuanceerd wordt."

En voor hoeveel contracten hebben jullie inmiddels op zak ?

Lacroix: "Tot nu toe verkochten we voor 800.000 Euro. Voor 2002 rekenen we op 1,2 miljoen Euro, zijnde een stijging met een derde. Dat staat dus tegenover 1.150.000 Euro aan technische investeringen die we hebben gedaan. De maximum-opbrengst waarop we rekenen is 2,5 miljoen Euro. Dat is dan in de ideale wereld dat alle bedrijven stoppen met krantenartikelen in te scannen en zo hun eigen persknipselkranten te maken."

Staks maakt Mediargus dus echt winst ?

Lacroix: "Bij Mediargus werken inmiddels 12 mensen. We zitten ook met een massa afschrijvingen. Maar volgend jaar vallen inderdaad de eerste uitkeringen aan de uitgevers te verwachten.

Ik stip daar toch nog eens bij aan dat dit eigenlijk niet de eerste bedoeling is. Het allereerste opzet blijft de journalisten een schitterende tool aanbieden – gratis dan nog – om mee te werken. Verder willen we alle PR-mensen een persknipseldienst aanbieden die hun eigen, bedrijfsinterne persknipselkranten overbodig maakt. Als Mediargus dan ook nog iets opbrengt voor de betrokken uitgevers, is dat meegenomen. En als het dan ook nog eens de verkoop van kranten bevordert, is dat nog beter. Weliswaar is het mijn overtuiging dat er voor dat laatste meer geschikte kanalen bestaan."

Het is toch opvallend dat de Vlaamse dagbladuitgevers, gelet op de scherpe concurrentie in de sector, elkaar vinden in dit initiatief ?

Lacroix: "Een belangrijk aspect is dat ze het zich moeilijk kunnen veroorloven om voor de ogen van de Vlaamse overheid onderuit te gaan. Ik vermoed dat ook de druk van de redacties een rol speelt. Misschien speelt ook wel een beetje communautair prestige mee, aangezien een dergelijk initiatief aan Franstalige kant maar niet lukt. En dan is er natuurlijk ook nog de dreiging die uitging van buitenlandse kapers op de kust."

Dossier: Nieuwe media - Mediargus

‘Auteursrechten vallen niet onder mijn verantwoordelijkheid’

Over de problematiek van de journalistieke auteursrechten is Mediargus-directeur Patrick Lacroix vrij kort. "Mediargus heeft zelf geen enkel vermogensrecht op het artikel van de journalist", zegt hij. "Dit blijft een zaak van de uitgever en de journalist. Het enige wat ik kan doen, is aan de betrokken uitgevers vragen dat ze alles doen om in regel te zijn met die auteursrechten."

Toch hebben journalisten medio jaren negentig de voorganger van Mediargus, Central Station, via een kort geding stil laten leggen, precies omdat de kwestie van de auteursrechten niet geregeld was.

Lacroix: "Wij willen natuurlijk wettelijk in orde zijn. Vandaar dat elk artikel dat ons doorgestuurd wordt duidelijk vermeldt of het 'gecleard' is of niet. Indien niet, dan kunnen onze gebruikers dat stuk niet eens lezen. Om dat te kunnen checken, moeten we wel enkele gegevens kennen: initialen, naam, login. Nu zal dat in enkele gevallen toch niet volstaan. Denk aan initialen die verkeerd worden ingegeven. Of een journalist die even vanop een andere PC werkt... Daarom dekken we ons via de website in tegen artikelen die toch op Mediargus zouden komen zonder dat de rechten erop vrijgegeven zijn. Alle journalisten in dat geval worden verzocht ons zo snel mogelijk te verwittigen."

Het gebeurt wel eens meer dat niet-vrijgegeven stukken op Mediargus verschijnen...

Lacroix: "En dan kan het natuurlijk altijd gebeuren dat zo'n journalist via een kort geding Mediargus probeert plat te leggen. Dat is een echt zwaard van Damocles boven ons hoofd. Vandaar dat ik alsmat tegen de uitgevers zeg: 'regel alles, want anders zijn wij de dupe!'"

Dat regelen is niet evident, gelet op de halstarrige houding van de uitgevers om enige ernstige vergoeding te plaatsen tegenover de overdrachten van journalistieke auteursrechten.

Lacroix: "Hoe dat tussen uitgevers en journalisten opgelost wordt, is mijn zaak niet. Dat is een zaak tussen werkgever en werknemer. Onze enige ambitie is maximale content aanbieden, en de kwaliteit van de bestaande gescande persknipseldiensten overstijgen."

Maar wat vindt u van de eis van de journalisten om een financiële compensatie te krijgen voor de overdracht van auteursrechten, ondermeer voor Mediargus?

Lacroix: "Iedereen werkt voor zijn boterham. Ik even goed als alle journalisten. Ik heb dan ook sympathie voor die strijd van de journalisten. Verwacht alleen niet dat er snel geld uit Mediargus komt. Ook al blijft de wereld van de digitale media is natuurlijk een grote glazen bol..." (PD)

Een grabbelton van 5 miljoen artikelen

Mediargus is een initiatief van de Vlaamse dagbladuitgevers. De aandeelhouders zijn Uitgeversbedrijf Tijd, De Persgroep, de Regionale Uitgevergroep en de Vlaamse Uitgeversmaatschappij. In de Raad van Bestuur zetelen Hans Maertens (Tijd), Wim Coessens (De Morgen), Rudy Bertels (Het Laatste Nieuws), Jo Van Croonenborch en Carlo Vandenbussche (VUM), en tot slot Felix Porters en Rudy Raymaekers (RUG). Voorzitter is Felix Porters.

De 'content' van Mediargus wordt in eerste instantie door de betrokken dagbladredacties geleverd. Maar ook Roularta (met Knack en Trends), Persagentschap Belga en het kleine persagentschap IPS-Vlaanderen (dat vooral de Derde Wereld verslaat) doen mee. Met Sanoma-magazines wordt momenteel onderhandeld over de opname van Humo en Menzo in de knipseldatabank. Mediargus loopt ondertussen ook alle uitgevers van gespecialiseerde magazines af met de vraag om te participeren. En dan omvat de databank ook nog eens zes Nederlandse kranten. Een en ander is intussen goed voor ruim 5 miljoen artikelen. Onderzoek moet overigens uitwijzen of ook audiovisuele producties opgenomen kunnen worden. "Eigenlijk is het simpel: wij willen gewoonweg alles", aldus content officer Lieven Baert.

(PD)



Dossier: Nieuwe media - Mediargus

235 VUM-journalisten sluiten aan bij de JAM

Overdracht reprografierechten, bedrijfsCAO over primaire rechten blijft van kracht

Eind september heeft de redactiedelegatie van de VUM-kranten (De Standaard, Het Nieuwsblad/De Gentenaar en Het Volk) een pakket van 235 aansluitingen overgemaakt aan de JAM, de Journalistenauteursmaatschappij.

Johan Rasking

De 235 betrokken VUM-journalisten, goed voor bijna de volle honderd procent van de verschillende redacties en voor een groot deel van de recent vertrokken bruggepensioneerden, dragen hierdoor hun reprografierechten over aan de JAM. De bestaande bedrijfscao binnen de VUM over de primaire auteursrechten blijft evenwel onverkort behouden.

De overdracht van de reprografierechten werd mogelijk gemaakt door een afspraak tussen de directie van de VUM, de redactiedelegatie en de JAM, waarbij de VUM-directie de journalisten van 'Groot-Bijgaarden' de vrijheid gaf om bij de JAM aan te sluiten. Vorig jaar hadden directie en redactiedelegatie immers onderling een akkoord gesloten waarbij de VUM zou instaan voor de inning van de reprografierechten van de eigen journalisten. Omdat die afspraak juridisch niet haalbaar bleek, werd afgelopen zomer met de JAM over een collectieve overstap onderhandeld. Amper drie weken na het succesvol afronden van die gesprekken, was de overdracht administratief een feit.

Eerste uitbetaling

De aansluitingsaanvragen en de declaratieformulieren voor de jaren 1998-2001 worden dezer dagen door het JAM-secretariaat onderzocht en ter goedkeuring voorgelegd aan de volgende raad van bestuur van de JAM. De 235 VUM-journalisten mogen nog dit jaar een eerste betaling door de JAM verwachten. Hun lidmaatschap bij de JAM (25 euro) wordt door de VUM betaald.

De redactiedelegatie op de VUM (met naast de VJ-ploeg de collega's van LBC en BBTk) is bijzonder tevreden over de snelle en positieve uitkomst in dit dossier. Het toont aan dat krantenuitgevers en journalistenvertegenwoordigers elkaar kunnen vinden, tenminste als beide partijen rationeel, transparant en constructief de dialoog willen aangaan.

Scheef bekeken

"Dat de ploeg van het 'duidingsmagazine' Telefacts een voorliefde heeft voor geweld, sex en andere tot de instincten sprekende 'thematieken' is bekend. Af en toe kunnen de medewerkers hun lust om zelf voor politie te spelen niet bedwingen en gaan ze zelf over tot de actie. Zo nu ook weer met de 'undercover'-reportage waarin een pedofiel via Internet in de val gelokt werd. (...) Waar gaan we naartoe als al het soort avonturiers dat door programma's zoals Telefacts aangetrokken wordt, voor agent gaat spelen? En voor rechter, want wie als geboefte op de buis gegooid wordt, kan het vergeten. In Groot-Brittannië leidde dit soort 'journalistiek' al tot doden. Wordt het geen tijd dat het Telefacts-journaal zelf onderwerp wordt van undercover-journalistiek? Zoals Gunther Wallraf dat in Duitsland met Bild deed?"

(E-Diogene(s) nr. 19 van 9.09.2002)

"Laat je kinderen de beelden niet zien als je weet dat de zenders steeds en steeds opnieuw dezelfde beelden gaan tonen."

(de Amerikaanse presidentsvrouw Laura Bush naar aanleiding van de media-overkill rond 11.09, geciteerd door Belga)

"Om de samenwerking tussen de titels van de VUM-kranten beter te structureren en de eigenheid van de verschillende titels beter te profileren, gelden voortaan de volgende afspraken:

1. Stukken van NB/HV-journalisten die worden overgenomen in DS worden niet voluit ondertekend en vice-versa. (...)
2. Stukken van NB/HV worden niet integraal en ongewijzigd overgenomen in DS en vice versa. Titels, ondertitels, inleidingen, quotes... worden in de mate van het mogelijke veranderd/herschreven.
3. (...)
4. De kranten vermijden om met hetzelfde verhaal te openen. Als dit onvermijdelijk is (11 september) worden andere accenten gelegd in kop en inleiding."

(Peter Vandermeersch, hoofdredacteur De Standaard, en Guido Van Liefferinge, algemeen hoofdredacteur Het Nieuwsblad/Het Volk) in een gemeenschappelijke mededeling aan hun redacties)

"Op dwaasheid staat geen prijs."

(Rudy Collier, hoofdredacteur van De Morgen, op de herhaalde beweringen dat De Morgen en Het Laatste Nieuws samen met hun grote baas Christian Van Thillo en de VLD onder een hoedje spelen tegen de CD&V)

de Vlaamse Vereniging van
beroepsJournalisten (VVJ)
organiseert

DEBAT

**NIEUWE MEDIA, JOURNALISTIEK
EN AUTEURSRECHTEN**

Met

Luc STANDAERT, voorzitter VVJ

Guido ROELANTS, voorzitter Journalisten Auteurs Maatschappij (JAM)

Els DE BENS, professor Universiteit Gent

Alex FORDYN, secretaris-generaal Vlaamse Dagbladders (VDP)

Patrick LACROIX, directeur Mediargus

Geert STEURBAUT, Vlaamse Uitgevers Maatschappij (VUM)

Wim CRIEL, Roularta

Moderator: Pol DELTOUR, nationaal secretaris VVJ

Woensdag 16 oktober om 19.30 u.

IPC Brussel, Résidence Palace blok C, zaal Polak
(Wetstraat 155 te 1040 Brussel, vlakbij Schumanplein)



Iedereen welkom! Inkom gratis

Dossier: Nieuwe media - Mediargus

Voorlopig beperkt succes staat groeikansen niet in de weg

Over de meerwaarde van Internetjournalistiek

*Voor elke journalist is het internet een onuitputtelijke bron van informatie. 'Alleen een gek zou er geen voordeel uit halen,' schreef David Randall in zijn standaardwerk *The Universal Journalist 1*. Blijft een aantal journalisten voor wie het internet meer is dan een bron: zij gebruiken het ook als een medium om informatie te verspreiden. Dat gebeurt tot dus ver niet steeds met even veel succes, maar groeikansen blijven er te over.*

— Steve Paulussen, *vorser Universiteit Gent*

Halfweg de jaren '90 werden in de Vlaamse mediasector de eerste internetpublicaties opgericht. De verwachtingen waren hoog. De nieuwe media zouden volgens sommigen het einde inluiden van de krant en misschien zelfs van radio en televisie, maar intussen is alleen het einde van de internethype een feit. Een groot deel van de soms te ambitieuze internetprojecten maakte zware verliezen. Maar belangrijker is dat veel media wél een vaste stek op het web hebben verworven. Daarbij kunnen we een onderscheid maken tussen de 'gelieerde websites', die verbonden zijn aan een traditioneel medium en de 'alleenstaande websites', die enkel op het internet bestaan. Een aparte categorie zijn de nieuwssites – vaak portalsites – die verbonden zijn aan internetbedrijven. Bekende voorbeelden in België zijn Planet Internet en ZDNet.be. Recente besparingen doen vermoeden dat deze commerciële bedrijven voor hun 'content' steeds minder een beroep zullen doen op internetjournalisten.

Gelieerde websites

Op een paar uitzonderingen na investeerden alle media de afgelopen jaren in een website. De meeste van deze 'gelieerde websites' hebben enkel een promotionele functie en stellen dan ook geen internetjournalisten tewerk. Het feit dat met on-linieuws weinig geld te rapen valt, is daar niet vreemd aan. Toch zijn een aantal Vlaamse media erin geslaagd waardevolle nieuwssites op poten te zetten, denk maar aan De Standaard Online, TijdNet of Knack.be. Meestal trachten deze sites complementair te zijn aan het klassieke nieuwsmedium door regelmatige updates te brengen, inhoud elektronisch te archiveren, links te leggen naar extra informatie en interactieve diensten aan te bieden, zoals nieuwsbrieven en forums. Hoe langer hoe meer lijken ze ervan overtuigd dat ze voor deze extra diensten geld kunnen vragen aan de gebruiker. De toekomst moet uitwijzen of dit werkt.

Alleenstaande websites

Minstens even boeiend zijn de kleine initiatieven die enkel op het internet bestaan. Het gaat dan om on-linevarianten van 'eenmansbladen' (een speciale vorm hiervan is de zogenaamde weblog). Vaak drijven deze sites op het journalistiek enthousiasme van één of enkele mensen en spitsen ze zich toe op een specifiek onderwerp. Wie een kijkje neemt op websites als Kingkong.be, Divazine, Sport.be of Internetjournalistiek.be,

zal merken hoe on-line met weinig middelen goede journalistiek bedreven kan worden. Doet het er dan – louter journalistiek bekeken – wel toe dat het aantal bezoekers van dit soort sites laag ligt? Of is het juist niet een pluspunt van het internet dat met weinig middelen en voldoende journalistiek enthousiasme verrassend professioneel ogende en soms vernieuwende media kunnen gemaakt worden, waarvoor in de traditionele mediamarkt geen plaats blijkt te zijn?

Internetjournalistiek in 2003...

De belangrijkste les die we uit de avonturen van de Vlaamse media in cyberspace kunnen onthouden is dat grootschalige initiatieven op een al bij al kleinschalige markt onhaalbaar zijn. Het succes van de on-linemedië is beperkter dan gehoopt en elk journalistiek project op het internet zal hiermee rekening moeten houden.

Toch is het mogelijk om met weinig middelen en mankracht een interessante website op te bouwen, die een aanvulling kan zijn op de traditionele media. Voorwaarde is dat de internetjournalist gebruik maakt van de meerwaarde van het internet ten opzichte van de gedrukte media, radio en televisie. Want waarom gaat de nieuwsconsument on-line? Juist, omdat hij méér wil dan wat de traditionele media hem bieden, meer achtergrond, meer context en diepgang, meer bronnenmateriaal, meer perspectieven of meer praktische informatie. Omdat hij wil reageren en discussiëren. Omdat hij het nieuws wil voorgeschoteld krijgen volgens zijn persoonlijke wensen, hoe, waar en wanneer hij dat wil. Of misschien omdat hij van multimedia houdt. Maar vooral zal de consument on-line blijven gaan voor het nieuws dat hij niet in de traditionele media vindt; het is dan aan de internetjournalist om de gebruiker te gidsen naar de betrouwbare informatie.

Vandaag staat de internetjournalistiek voor de uitdaging om in haar eigen taal, dat betekent gebruik makend van de mogelijkheden die het internet biedt, de leemtes van de traditionele journalistiek op te vullen. Alleen als dat lukt, zal de internetjournalistiek verder kunnen uitgroeien tot een volwaardige journalistieke vorm naast de print-, radio- en tv-journalistiek.

1 Vertaald citaat uit: Randall, D., *The Universal Journalist* (2nd ed.), Londen, Pluto Press, 2000, p. 87.

Filmruzie tussen TV-Limburg en VRT

Het Vlaamse decreet op de vrije nieuwsgaring ligt weer onder vuur. De aanleiding is het recente incident tussen TV-Limburg en de VRT in het kader van twee thuiswedstrijden van KRC Genk in de Champions League. Aan het Vlaams Commissariaat voor de Media (VCM) vroeg de Limburgse regiozender om het contract tussen de VRT en de UEFA te veroordelen.

Marleen Franssen

Pro memorie: het Vlaamse decreet op de vrije nieuwsgaring bepaalt dat elke door de Vlaamse Gemeenschap erkende televisiezender sferbeelden mag maken in de marge van een evenement, zelfs wanneer de organisator, in dit geval de UEFA, de exclusieve uitzendrechten aan een omroep verleend heeft.

Dat het in de praktijk niet steeds zo makkelijk loopt, ondervond TV-Limburg aan den lijve toen het televisiebeelden wilde maken van het randgebeuren rond de recente Europese topmatches van Racing Genk. De toegang ontzegd door de VRT, leidde de Limburgse regiozender een kort geding in. De openbare omroep werd hierop door de rechter verplicht om de regionale omroep alsnog toe te laten in het stadion, dit op straffe van een dwangsom van één miljoen Euro per overtreding. Vervolgens wierp de UEFA zich als een ware deus ex machina in de strijd, en ontzegde TV-Limburg in extremis toch nog de toegang.

Uit vrees dat Racing Genk uiteindelijk de dupe zou worden, zag TV-Limburg er vanaf om de Europese voetbalbond UEFA te dagvaarden. Inmiddels bereikte de zender overigens een gentlemen's agreement met de VRT. Toch blijft de regionale zender niet bij de pakken zitten. De Limburgers dienden een officiële klacht in bij het Vlaams Commissariaat voor de Media. Dat wordt gevraagd om het contract tussen de VRT en de UEFA ongeldig te verklaren. De regionale zender wil daarmee een precedent scheppen, dat toelaat alle contracten tussen internationale organisatoren en nationale televisiezenders op hun rechtsgeldigheid te controleren.

Van zijn kant had de Vlaamse minister van Media Dirk Van Mechelen (VLD) aangedrongen op een 'Code of good practice' rond het uitwisselen van beelden tussen de Vlaamse televisiezenders. Een 'Salomonsoordeel', noemt Van Mechelens partijgenoot en Vlaams parlementslid Marino Keulen het. Op die manier was het geschil tussen TV-Limburg en de VRT op politiek vlak immers van de baan, en behoeft het decreet op de vrije nieuwsgaring niet onmiddellijk te worden aangepast.

Minachting

Jan Ceuleers, actief bij ROB-TV en de overkoepelende NORTV en tevens gewezen VRT-directeur-generaal, hoopt niettemin dat het begrip 'vrije nieuwsgaring' snel concreet wordt ingevuld. "Dit is tekenend voor de minachting van sommige grote sportfederaties voor wetten en regels", zegt Ceuleers. "Dit Vlaams decreet is niet enkel voor plaatselijke clubs algemeen bindend, maar net zo goed voor internationale organisato-

ren die in de Vlaamse gemeenschap opereren. Dat TV-Limburg de zaak niet op de spits heeft willen drijven door zich tegen de UEFA te keren, siert de omroep, maar dient de zaak principieel genomen niet. De les die uit dit voorval moet getrokken worden is dat er nood is aan een concrete invulling van het begrip 'vrije informatiegaring'.

Daar zijn secretaris Ernest Bujok van de vzw TV-Limburg en hoofdredacteur Philip Hilven van de regiozender het helemaal mee eens. Volgens Bujok scheidt het decreet zoals het nu is teveel verwarring, en worden begrippen als 'in de marge van' onvoldoende uitgelijnd.

Bujok zelf bestempelt de inzage in het contract tussen VRT en UEFA als de belangrijkste verwezenlijking in het verhaal. Ernest Bujok: "Uit het contract bleek onder meer dat de accreditaties strikt volgens het manual van de UEFA geschieden en dat de VRT ook verder eigenlijk niets in de pap te brokken had. Het manual schrijft namelijk nauwgezet voor welke cameraposities er mogen ingenomen worden, welk soort camera's er mogen gebruikt worden en wat er in beeld mag gebracht worden. Dat zijn dan voornamelijk de sponsors en af en toe ook een goal."

Maar vooral de hooghartige houding van de UEFA in de hele affaire zit de regionale omroep hoog. Hoofdredacteur Philip Hilven: "Het is niet omdat je groot en rijk bent dat je ook gelijk hebt. Wij zijn met zes beroepsjournalisten weliswaar een kleine garnaal, maar wel één die door de Vlaamse Gemeenschap wordt erkend. Als je dan als regionale zender een grote club of een manifestatie in je provincie hebt, dan gaat het mij net een brug te ver als je daar als omroep niet binnen mag."

Formule 1

Volgens de Limburgers moeten niet alleen het contract tussen VRT en UEFA, maar ook de voetbalcontracten van VTM en de contracten van VRT met Zolder en met het UCI stelselmatig op hun rechtsgeldigheid worden gecontroleerd. Voor eens en altijd moet uitgemaakt worden of internationale organisatoren boven de wet staan en of de Vlaamse (nationale) zenders hier al dan niet bewust aan meewerken, klinkt het strijdvaardig. "Het antwoord zal vrij simpel zijn: ja. En dan wordt het helemaal interessant, want dan stelt zich de vraag of de UEFA & Co. hun contracten ook aan de Vlaamse wetgeving zullen aanpassen dan wel voortaan gaan weigeren om nog naar België te komen. Denk aan de houding van de Formule 1-organisatoren in het kader van de strenge tabakswet. Dan zit je, hoe je het ook draait of keert, met een politiek probleem."

FET en Standaard fluiten Roularta terug

Mediareus boert niet zo goed als perscommuniqué stelde

Het oogde zo mooi, het perscommuniqué dat Roularta vrij gaf over zijn halfjaarresultaten. En op de persconferentie legde topman Rik De Nolf gedurende liefst een uur uit hoe de mediareus op 30 juni 2002 aan een winst van 1,9 miljoen Euro was geraakt. Maar de cijfers klopten niet, of toch niet helemaal. Bij de Financieel-Economische Tijd en De Standaard keken speurjournalisten gelukkig wat dieper in de rekeningen. En kwamen uit op een verlies van 2 miljoen Euro. Een gegeven dat Roularta kort nadien erkende.

Pol Deltour



Foto: Maïtrise

Stefaan Michielsens (De Standaard): 'Ik leer eruit dat we als journalist nog kritischer moeten zijn, nog sceptischer.'

"Roularta Media Group behaalt mooi resultaat in eerste semester 2002", was de titel van De Nolfs perscommuniqué. Het geconsolideerde resultaat van 1,9 miljoen Euro kwam neer op een stijging met 11,2 procent ten opzichte van dezelfde periode in 2001. Een en ander was te verklaren door de blijvende groei van zowel de eigen magazines en gratisbladen als van de televisie- en radioactiviteiten waarin de groep participeert. De rekeningen waren overigens nagekeken door een bedrijfsrevisor van Deloitte en Touche, aldus Rik De Nolf. Dus met de juistheid zat het wel snor.

Erik De Leye, van de Financieel-Economische Tijd, merkte al op de dag van de persconferentie dat er iets niet klopte. "Ik zag dat Roularta het groepsresultaat – in de zin van groepsaandeel in het geconsolideerde nettoresultaat – niet vermeldde. Dit cijfer, eigenlijk het belangrijkste van allemaal, stond niet in het communiqué dat op de persconferentie was rondgedeeld. Toen ik hierover de financieel directeur belde, gaf hij toe dat er een groepsverlies was van 2 miljoen Euro, en hij verduidelijkte meteen waaraan dat te wijten was." Stefaan Michielsens, van De Standaard: "De FET merkte de verzwijging inderdaad het eerste op. Alle andere kranten hadden intussen die 1,9 miljoen Euro winst overgenomen. Ik besloot dan om verder in te gaan op de zaak, en ontrafelde het gemarchandeerd met de cijfers. Het blijft natuurlijk opvallend dat andere kranten en magazines hier niet op ingepikt hebben."

Is er volgens jullie sprake van kwade wil bij Roularta ?

Erik De Leye: "Toen ik de financieel directeur van het bedrijf vroeg waarom hij het groepsresultaat niet had vermeld, antwoordde hij: 'Ach, dat is allemaal te moeilijk, dat begrijpen de mensen toch niet. Sommige journalisten zoeken alleen maar het negatieve!'"

Stefaan Michielsens: "Wettelijk is er geen norm overschreden, de Commissie voor het Bank- en Financieelwezen laat nu eenmaal toe dat er diverse winstbegrippen worden gehanteerd. Maar mooi is het allemaal niet. Ik leer eruit dat we als journalist nog kritischer moeten zijn, nog sceptischer. Ook Think Media bijvoorbeeld goochelde met zijn cijfers: zij gaven wel toe dat het slecht ging, maar het bleek allemaal nog veel slechter te zijn."

Is dit voor jullie een beetje een rehabilitatie na de gemiste journalistieke kansen rond Lernout & Hauspie ?

Erik De Leye: "We hebben daar de onterechte kritiek gekregen dat we de vervalsing van hun boekhouding niet opmerkten. Wij kunnen niet nagaan of alle jaarrekeningen correct zijn opgemaakt, of de facturen en de reserves juist geboekt zijn en dies meer. Dat is onze taak niet, dat is de taak en de verantwoordelijkheid van de revisoren. Wat wél van ons kan worden verwacht, is dat we de perscommuniqués over een en ander overstijgen. De hoera-communiqués zijn voor iedereen, wie er meer van wil weten leest de krant."

Vallen bekritiseerde bedrijven jullie wel eens lastig ?

Erik De Leye: "Zo'n berichtgeving wordt je door dat bedrijf natuurlijk niet in dank afgenomen, en we krijgen daar soms ook reacties op. Ach, dat waait na enige tijd wel over. Onze taak bestaat er nu eenmaal niet in om mensen plezier te doen, wel om feiten te rapporteren. Overigens keren manipulaties zich vroeg of laat toch altijd tegen die bedrijven." Stefaan Michielsens: "Eigenlijk valt de weerbets best mee. Op vijftien jaar tijd ben ik zelf hooguit drie keer echt lastig gevallen. Het belangrijkste is dat je de mensen niet onnodig schoffeert. Als je je scrupuleus aan de feiten houdt en de mensen zelf aan het woord laat, valt alles best in de plooi."

De regionale krant, nog een echte meneer

Vele lezers beschouwen regionale berichtgeving als de meest betrouwbare, omdat men hier tenminste controle over heeft. Maar ook om andere redenen blijven regionale kranten een onvervangbare rol vervullen, zo blijkt uit een bevraging van veertig oudere lezers van de Krant van West-Vlaanderen.

Katleen Van Landschoot (*)

De Krant van West-Vlaanderen overkoepelt het Brugsch Handelsblad, het Kortrijks Handelsblad, de Weekbode, de Zeewacht en het Wekelijks Nieuws. De bevraging werd toegespitst op lezers van minstens 55 jaar. Met mijn onderzoek trachtte ik na te gaan welke betekenis de regionale pers nog kan hebben. 'Nog', want de pers heeft in deze snel evoluerende informatiemaatschappij op vele vlakken concurrentie gekregen.

Niet alleen de informatiesector evolueert razendsnel, maar ook de maatschappij in haar geheel. Door die talloze ontwikkelingen, zijn mensen meer dan ooit op zoek naar eigenheid. De gemeenschap ('community') speelt daarbij een belangrijke rol. Dat houdt ook in dat regionale berichtgeving (berichtgeving over die gemeenschap) belangrijk is én blijft. In het spoor van Keith Stamm, kwam ik tot de bevinding dat deelname aan het gemeenschapsleven en gebruik van lokale media elkaar beïnvloeden.

De Krant van West-Vlaanderen doet zelfs nieuwe gemeenschappen ontstaan. Zo organiseert zij een populaire voetbalpronostiek, waaraan niet alleen mannen in groten getale deelnemen. Vrouwen kunnen minstens zo geïnteresseerd zijn in voetbal en supporteren even hard. Wellicht is dat te verklaren door de band met de streek. Men supportert voor de 'eigen' ploeg.

Ritueel

De mediagebruiker is allesbehalve een passieve spons die alles slikt wat men hem aanbiedt. Uit alle gesprekken blijkt dat men een eigen mening heeft over de onderwerpen waarover bericht wordt. Het discussiëren hierover, werkt groepsversterkend. Lezen zet aan tot gesprek en discussie. Kunnen meepraten is belangrijk. Wanneer de sociale omgeving streeknieuws belangrijk vindt, leest men om erbij te horen. Vooral vrouwen scoren hier hoog. Die bevinding sluit aan bij het tijdsbestedingsonderzoek van een VUB-onderzoeksgroep rond professor Ignace Glorieux, waaruit bleek dat vrouwen meer tijd besteden aan sociale participatie dan mannen. Tussen haakjes: mijn diepte-interviews bevestigden ook hoe zeer vele oude mensen betreuren dat ze maar weinig contact hebben met de jonge mensen in hun buurt.

Lezers zijn overigens best bereid een inspanning te doen om een langer artikel te lezen - "als het maar interessant is". Verschillende mensen vinden de Krant van West-Vlaanderen te dik, maar men is het er niet over eens wat er dan moet verdwijnen. Dat varieert volgens de interesse.

Onze respondenten waren alleszins niet zo zeer op zoek naar sensationeel nieuws. Meer zelfs, velen haalden expliciet aan niet zo gelukkig te zijn met overdreven aandacht voor spektakel. Voor hen hoeft de tabloïdisering van de media niet, ook al beseft iedereen wel dat zijn krant in wezen een commercieel product is.

Volgens de respondenten moet de pers vooral het dagelijks leven weergeven zoals het is. Men wil zich kunnen terugvinden in de krant. Het is een gezelschap, een socius. Men kijkt uit naar de komst van de Krant van West-Vlaanderen. De krant lezen is een ritueel. Men heeft ook vaste leesgewoontes. De vaste plaats van rubrieken vergroot de sociusfunctie.

Beroepsernst

Wie zich niet meer terugvindt in zijn krant dreigt af te haken. Persoonlijke verhalen, getuigenissen of reportages vallen in de smaak. De stelling dat mannen vooral geïnteresseerd zijn in hard nieuws en de vrouwen in zacht nieuws, moet genuanceerd worden. Mannen zijn inderdaad meestal eerst geïnteresseerd in de sportrubriek en in 'het nieuws', terwijl vrouwen vooral eerst de familiale berichtgeving opzoeken. Maar voor geen van beiden beperkt de krantenlectuur zich hiertoe.

Uit de interviews bleek nog dat men verschillende media complementair met elkaar consumeert. Maar vele respondenten gaven aan dat ze regionaal nieuws als het belangrijkste nieuws beschouwen. Van de Krant van West-Vlaanderen wordt precies gewaardeerd dat ze onderwerpen aan bod laat komen die nooit tv of dagblad halen. De meesten vinden de regionale berichtgeving ook de meest betrouwbare, omdat men er controle over heeft. Hoe meer men betrokken is bij het onderwerp, des te sneller vallen onjuistheden, foutieve spelwijze of desinformatie op. Professionalisme en beroepsernst vinden de lezers dan ook essentieel. De Krant van West-Vlaanderen doet beroep op veel regionale medewerkers, maar zij zondigen nogal eens, vindt men.

(*) Katleen Van Landschoot promoveerde zopas tot licentiaat in de Communicatiewetenschappen aan de VUB met een thesis over de betekenis van de regionale pers.

Op de koffie bij Kanaal Z, naar Tunesië met LibertyTV

Contextzenders worstelen met scheiding tussen redactie en commercie

Even, in het voorjaar, ontstond er commotie rond de oprichting van een migrantenzender in Vlaanderen. En onlangs meldde de Vlaams Media Maatschappij (VMMA) dat ze het wel zag zitten om een nieuwe cultuurzender te lanceren. Die thematische zenders zouden geen primeurs zijn in het Vlaamse televisielandschap. Reeds meerdere jaren proberen dappere televisiemakers iets te maken van kleinschalige en doelgerichte televisie.

Caroline Leysen (*)

De bekendste gevallen zijn Kanaal Z, Vitaya, JIMtv en Libertytv.com. Opmerkelijk is wel dat geen van hen onder de wettelijke omschrijving van thematische of doelgerichte zender valt. Zenders als Kanaal Z of JIMtv hebben het statuut van particuliere omroepen die zich richten tot de gehele Vlaamse gemeenschap. In 1995 werd er voor zenders "met een omroepprogramma voor een specifieke doelgroep of opgebouwd rond één thema", wel een nieuwe categorie "doelgroep- en themaomroep" in de wet aangemaakt. Maar ingevuld raakte ze nooit. Niemand wil nu eenmaal het statuut van doelgroep- of themaomroep, omdat de zender hiermee het must-carrystatuut verliest. Het must-carrystatuut verplicht de kabelmaatschappijen de zender in hun aanbod op te nemen.

Ook al vallen Kanaal Z & Co. aldus onder het wettelijke etiket 'algemene omroep', in de praktijk zijn er natuurlijk wel verschillen met de grote commerciële zenders. In tegenstelling tot de 'grote' zenders, richten ze zich immers duidelijk tot één doelgroep (JIMtv) of berichten ze over één thema (Kanaal Z). Het beste is uiteindelijk nog om deze kleine, gespecialiseerde zenders als 'contextzenders' te definiëren. Zo creëert Kanaal Z een context waar geld belangrijk is en laat Vitaya zich lifestylezender noemen omdat ze de adverteerder een 'goed gevoel'-context aanbiedt.

Overleven

Commerciële televisie moet overleven, en dat kan ze enkel indien ze genoeg reclame binnenrijft. De ideale weg daarnaartoe is programma's creëren die een context aanbieden aan de adverteerder. Dat doen generalistische zenders ook, maar contextzenders gaan daar een stuk verder in. Waar zit een reclamespot tenslotte beter dan in het verlengde van een programma 'van zijn soort' – nog beter – midden in een themablok dat aansluit bij het product? Elke biologische voedselproducent droomt ervan om tussen twee sprekers te verschijnen die verkondigen dat biologische landbouw veel gezonder is dan de industriële productie.

Het risico hiervan is dat de programma's zodanig aangepast worden dat er nauwelijks nog een scheiding is tussen redactie en commercie. Nu is het geen groot geheim dat deze trend zich ook bij de generalistische zenders en andere media voortzet, maar doelgroepentelevisie houdt deze trend niet tegen en versterkt ze zelfs.

Zo werkt JIMtv wel vaker met coproducties en all-in formules. Door de

adverteerder overall in de programma's 'mee te nemen', biedt de zender deze een grote zichtbaarheid aan. Een interview met de CEO van het product, gecombineerd met redactionele aandacht en product placement gedurende een aantal programma's, brengen de nodige publiciteit. De adverteerder dringt als het ware overall binnen, sponsoring wordt alomtegenwoordig.

Ham X

Ook Kanaal Z biedt een formule aan waarbij de CEO geïnterviewd wordt. Het programma 'Op de koffie' laat een bedrijfsleider aan het woord die de kijkers uitnodigt om het bedrijf te komen bezoeken. Dat bezoek wordt dan door Kanaal Z gefilmd en uitgezonden. Tevens is er mogelijkheid om zendtijd te kopen op zondagvoormiddag. Tegen een billijke vergoeding krijgt de adverteerder vijftien minuten free time, die hij zelf invult met reportages en spotjes.

Het kookprogramma op Vitaya biedt een excellente omgeving voor het promoten van voedingswaren. Vitaya meldt wel dat ingrediënten slechts gedeeltelijk gesponsord worden, en dat de sponsors niet meebepalen wat er gekookt wordt. Zoiets heet 'softe' product placement. Dan wordt er systematisch over bij voorbeeld 'ham' gesproken, maar niet over ham X, waarvan de naam wel duidelijk op het scherm verschijnt.

Bij Libertytv.com wordt tijdens het reclameblok (want zo moet het volgens de wet) Libertyclub uitgezonden. De adverteerder bestelt een reisreportage en lanceert op het einde van de reportage een speciale aanbieding voor kijkers die meteen op reis willen vertrekken. Het blijft trouwens opmerkelijk hoe veel reisreportages over Tunesië of Egypte gaan. Maar het lijstje van de beste adverteerders verklaart veel.

Volgend jaar krijgen we er waarschijnlijk weer enkele contextzenders bij. De vraag is of deze omroepen erin zullen slagen om zo thema- of doelgroepengericht uit te zenden dat ze op hun beurt specifieke adverteerders zullen aantrekken. De kijker op zijn beurt zal er waarschijnlijk nog meer gesponsorde journalistieke reportages aan overhouden.

(*) Caroline Leysen studeerde af als licentiate in de Communicatiewetenschappen aan de KU Leuven met een thesis over 'Doelgroepentelevisie in Vlaanderen'.

Mens achter het nieuws

Een lifestyleblad op televisie

Yvette Mignolet-Henno, de stuwende kracht achter Vitaya

Marleen Franssen



Foto: Matrise

Yvette Mignolet: 'Vooral mond-aan-mond-reclame doet kijkersaantal groeien.'

Voor Yvette Mignolet-Henno is journalistiek altijd haar ware passie geweest. Een passie die haar overigens geen windeieren heeft gelegd. Sedert de start van haar journalistieke carrière eind jaren zestig werkte ze een indrukwekkend curriculum vitae bijeen. Eerst als redactrice, vervolgens als adjunct-hoofdredactrice en hoofdredactrice

bij zowel Nederlands- als Franstalige lifestylemagazines, zoals Het Rijk der Vrouw, Femme d' Aujourd'hui en Télémoustique. Een tijd lang was ze actief als uitgeefster van Franstalige bladen in zowel het Franse als het Vlaamse landsgedeelte bij Medixis.

Haar 'overstap' naar Vitaya kwam neer op een synergie tussen print en televisie. "Op het einde van mijn redactiecarrière heb ik veel samengewerkt met de RTBF. Ik schreef teksten en zij vertaalden dat in beeld. Dat wilde ik ook met Vitaya bereiken."

De gelijkenissen tussen televisie en geschreven media zijn volgens Mignolet-Henno niet ver te zoeken. "Beiden richten zich tot een welbepaald publiek, en hebben een boodschap die ze willen overbrengen of verkondigen. Natuurlijk is het medium televisie veel vluchtiger. Aan de andere kant is het ook een massamedium dat zijn boodschap op een veel grotere schaal kan verspreiden dan een blad of een krant. Het komt er in de eerste plaats op aan om een gulden middenweg te bewandelen, een middenweg tussen imago, positionering en inhoud. En dat geldt zowel voor televisie als printmedia." Zelf beschouwt de vrouw achter Vitaya het als haar voorlopig belangrijkste verwezenlijking dat "Vitaya geen eendagsvlieg is gebleken en het potentieel in zich draagt om zijn kijkbereik in de nabije toekomst nog aanzienlijk uit te breiden".

Kaviaar

De voormalige uitgeefster ging in november 2000 bij Vitaya als programmadirecteur aan de slag. De zender was toen amper twee maanden oud. In 1999 stapte ze op bij Medixis, uit onvrede met welbepaalde standpunten van de directie waar ze verder overigens niet veel over kwijt wil. In tussentijd hield de ondernemingsgezinde vrouw zich bezig met het bedrijfsmatig beheren van de import en export van... kaviaar. "Klinkt wellicht vreemd ja, maar dat was in de firma van mijn echtgenoot. Toen Vitaya mij vroeg om voor hen te komen werken, heb ik geen seconde getwijfeld. Die journalistieke

passie was er nog altijd en ik beschouwde het als een grote uitdaging om een totaal nieuwe televisiezender op te starten. In Vlaanderen waren er immers al een aantal pogingen op dat vlak ondernomen, maar zonder veel succes. Een bijkomende uitdaging was om, naast de VRT en VTM, programma's te maken voor een jong, actief publiek, dat bovendien veel belang hecht aan de geloofwaardigheid en inhoud van de programma's."

Het programmaconcept bleek een schot in de roos te zijn. "Op dit moment hebben we een netto weekbereik van ruim 1 miljoen 250.000 kijkers. Dat zijn mensen die elke dag minstens 10 minuten naar onze programma's kijken. Dat aantal groeit gestaag, en dan vooral door mond-aan-mond reclame."

Mignolet vindt het belangrijk dat Vitaya door de kijkers niet als een commerciële zender beschouwd wordt, en dat terwijl de zender het uitdrukkelijk van reclame-inkomsten moet hebben. "De kijker beschouwt ons eerder als een zender die zich tussen de VRT en Canvas beweegt. Dat heeft met onze informatieve en kwalitatieve aanpak te maken, waar we van bij het begin veel belang aan gehecht hebben. We overstelpen onze kijkers niet met reclameboodschappen. We kopen regelmatig programma's van de BBC en van Koppen aan en werken in het kader van onze programma's rond opvoeding ook nauw samen met het onderwijsmaandblad Klasse."

Vrouwelijk

De algemeen directeur vat samen: haar zender is "een lifestyleblad op televisie, met een voornamelijk vrouwelijk, rustig en leuk profiel". Daarvoor zorgen programma's over opvoeding, mode, wonen, koken, en vrije tijd, documentaires en wetenschappelijke magazines, en verder een eigen weerbericht en een rubriek Vitaya actueel. Dat is geen traditionele nieuwsuitzending met aandacht voor het harde nieuws, het politieke landschap of het buitenlandse nieuws, maar wel een uitzending die inpijkt op actuele trends in het dagdagelijkse leven. Vitaya pakt overigens tweemaal per dag uit met een nieuw Vitaya actueel, en biedt kijkers dagelijks één uur nieuw programma-aanbod aan. Wat Vitaya verder van andere zenders onderscheidt, is ongetwijfeld het loopsysteem, waarbij elk programma om de zeven uur herhaald wordt en één programma 24 uren per week te zien is. Hiermee speelt de commerciële zender nadrukkelijk in op de wens van de kijker om bepaalde programma's te bekijken wanneer het hem of haar het best uitkomt.

"Na twee jaar kan ik met een gerust hart stellen dat de basis voor de verdere uitbouw van de zender gelegd is", zegt ze nog. "We zijn geloofwaardig, we brengen kwalitatieve programma's, ons kijkersprofiel is goed, kortom qua positionering in het algemeen zitten we goed."

DE GROTE ZELFSTANDIGENENQUETE

— Luc Vanheerentals, namens werkgroep zelfstandigen

Je inzetten voor de belangen van zelfstandige journalisten is momenteel zoiets als guerilla voeren in een duister oerwoud. Met je beperkt aantal medestanders sluip je rond en probeer je speldeprikken uit te delen aan een onzichtbare tegenstander die je niet ontmoet. Door de aard van het zelfstandige werk heb je bitter weinig contact met de grote groep voor wie je het opneemt, en weet je op den duur niet meer of je naar het zuiden of noorden moet. Om al die redenen houden we thans een enquête onder de zelfstandige professionals in de mediasector.

Met de werkgroep zelfstandigen zijn we nu meer dan twee jaar onderweg. Onze eerste heldendaad was een eisenplatform dat door 148 erkende zelfstandige journalisten ondertekend werd en waarin de vraag naar een uurvergoeding van 30 euro centraal stond, dit naast tal van andere desiderata. De maanden nadien werden via De Journalist standpunten bekendgemaakt over de Erkenningscommissie, auteursrechten, schijnzelfstandigheid, de dienstverlening door de WJ... Al deze teksten zijn op vraag te bekomen. De afgelopen maanden hadden we ook nog een gesprek met minister van Middenstand Rik Daems (VLD) en met de Mediacommissie van het Vlaams Parlement. En tegen eind dit jaar moet de langverwachte infobrochure klaar zijn over het sociaal statuut van de zelfstandige journalist. Ook een zwartboek is in voorbereiding. Het uiteindelijke streefdoel blijft een standaardaannemingsovereenkomst die elke uitgever aan zijn freelancer moet voorleggen.

Om onze eisen nog meer kracht te kunnen bijzetten, organiseren we vandaag een enquête onder de Vlaamse zelfstandige journalisten. De bevraging omvat twee hoofdbroeken. Enerzijds willen we meer weten te komen over de situatie waarin de zelfstandige journalist thans moet werken, anderzijds willen we als werkgroep weten waaraan men zich het meest stoort, zodat we qua 'acties' een prioriteitenlijstje kunnen aanleggen. Wij vragen alle zelfstandigen die actief zijn in de Vlaamse media deze vragenlijst te beantwoorden tegen uiterlijk 1 november.

I. SITUATIE VAN DE ZELFSTANDIGE JOURNALIST

a) Aannemingsovereenkomst

- Werkt u met een aannemingsovereenkomst ?
- Hebt u enige inspraak gehad in de opstelling ervan ?
- Bent u volledig akkoord met deze overeenkomst ?
- Welke kritieken zijn er desgevallend ?

b) Tarieven

- Wat zijn de tarieven die uw werkgevers betalen ?
- Hoeveel verdient u in de praktijk per uur ?
- Wat zijn de afspraken op vlak van auteursrechten bij hergebruik van uw tekst ?
- Welke klachten hebt u over de financiële kant van uw werk (bv. betalingstermijnen, auteursrechten...)?

c) Wat bij opzegging overeenkomst?

- Geniet u bepaalde rechten (bv. opzegperiode) indien de opdrachtgever de overeenkomst plots zou opzeggen ?

d) Andere modaliteiten van de samenwerking

- Welke klachten hebt u over de samenwerking met uw opdrachtgever ?
- Is er een onafhankelijke instantie waar u terecht kan bij een conflict ?
- Wat is de verhouding met de vakbonden in de mediabedrijven waar u mee werkt ?
- Komt de situatie van zelfstandigen aan bod bij collectieve onderhandelingen ?

e) Waarom kiest u thans voor het zelfstandig statuut ? Denkt u lange tijd (of definitief) als zelfstandige actief te blijven of gaat het enkel als een opstapfase naar een loontrekkende job ?

II. BELANGENVERDEDIGING

a) Waaraan moet de journalistenvereniging prioritair aandacht besteden bij de verdediging van de belangen van zelfstandigen actief in de media ?

b) Welke verwachtingen koestert u op vlak van begeleiding ten aanzien van de WJ ?

c) Voelt u als zelfstandige de behoefte aan een collectieve verdediging van de zelfstandigenbelangen ? Welke suggesties hebt u terzake ?

d) Bent u zelf bereid mee te werken ?

e) Hebt u in uw carrière als zelfstandig journalist problemen meegemaakt die u (eventueel anoniem) wil laten opnemen in ons Zwartboek ?

Stuur uw antwoorden op deze vragen voor 1 november naar WJ-Werkgroep Zelfstandigen, Postbus 116, 3000 Leuven 3 of naar luc.vanheerentals@chello.be

Nieuws van de verenigingen

Minister Duquesne erkent journalist tegen advies van Erkeningscommissie voor de gespecialiseerde pers in

Ondanks het negatieve advies van de Erkeningscommissie voor journalisten van de gespecialiseerde pers, heeft minister van Binnenlandse Zaken Antoine Duquesne (PRL) een journalist erkend als journalist van beroep. De Vereniging van de Journalisten van de Periodieke (of Gespecialiseerde) Pers (VJPP) reageert ontdaan.

De Erkeningscommissie voor journalisten van de gespecialiseerde pers had de erkeningsaanvraag van journalist D. verworpen omdat hij geen passende loonbewijzen had voorgelegd. Dit wordt nu eenmaal vereist door het Koninklijk Besluit van 1965 over het statuut van de journalisten van beroep.

Journalist D. maakte tegen de weigering zijn beklag bij de minister van Binnenlandse Zaken, en die kwam hem tegemoet. Minister Duquesne blijkt daarbij te zijn voortgegaan op een verklaring van de belastingcontroleur van D., volgens dewelke de betrokkene wel degelijk het beroep van journalist uitoefent.

In tegenstelling tot de beslissingen van de Erkeningscommissie voor beroepsjournalisten van de algemene informatiemedia,

hebben de beslissingen van de Erkeningscommissie voor de gespecialiseerde journalisten van beroep slechts een adviserende waarde. De minister van Binnenlandse Zaken kan deze met andere woorden naast zich neer leggen, en uit eigen beweging journalisten toch erkennen.

Boze brief

De Vereniging van Journalisten van de Periodieke Pers (VJPP) heeft inmiddels een boze brief geschreven naar Duquesne. Volgens VJPP-voorzitter Louis Weenen heeft de minister het KB van 1965 niet gerespecteerd. Verder wijst de VJPP op het principiële gevaar dat een minister zich gaat mengen in de erkenning van journalisten van beroep. Duquesne wordt dan ook verzocht om op zijn beslissing terug te komen. De VJPP dringt er verder op aan dat de politieke overheid eindelijk werk maakt van de harmonisering van de beroepsstatuten van beroepsjournalist (algemene infomedia) en journalist van beroep (gespecialiseerde media). Zoals gezegd hebben de beslissingen van de Erkeningscommissie voor beroepsjournalisten bindende kracht, ook voor de minister van Binnenlandse Zaken. (PD)

Kort kort kort kort

Het VJ-secretariaat ontving vanop heel wat redacties kandidaturen voor de functie van VJ-délégué. Enkele redacties (Gazet van Antwerpen, De Morgen, Knack, Humo, VT4) laten het tot dus ver afweten. De eigenlijke verkiezingen vinden zoals aangekondigd plaats begin november.

*

Bij Het Laatste Nieuws kon de redactie blijkbaar zolang niet wachten. Daar vond de verkiezing eind september al plaats. Twee kandidaten waren er - Dirk Coosemans en Kurt Coopmans - en ze hielden elkaar qua stemmen perfect in evenwicht. Aan de Raad van Bestuur van de VJ zal dan ook worden voorgesteld om beiden als redactie-afgevaardigde te erkennen.

*

Boekenbeursnieuws ! Beroepsjournalisten kunnen op vertoon van hun perskaart gratis binnen op de Antwerpse boekenbeurs. Dat belet volgens de organisatoren niet dat een speciale accreditatie nog steeds tot aanbeveling strekt voor wie maximaal wil profiteren van alle door de standhouders geboden faciliteiten voor de pers. Wie de speciale persbadge wil, kan die steeds aanvragen bij geertrui.schoeters@boek.be.

2500

**ZIN OM 2500 EURO
OP ZAK TE STEKEN?**

NEEM DEEL AAN DE **PERSPRIJS 2003**
VAN DE PROVINCIE VLAAMS-BRABANT



PROVINCIE
VLAAMS-BRABANT

Misschien schreef u de afgelopen twee jaren wel een artikel over Vlaams-Brabant. Een doorwrochte analyse van de taal-faciliteiten in de Vlaamse Rand, een reeks over het economisch weefsel rond de luchthaven, een luchtig verslag over een regionaal initiatief... Elk geschreven werk dat bijdraagt tot een betere beeldvorming van de provincie Vlaams-Brabant (bestuur en/of regio) en dat in 2001 of 2002 werd gepubliceerd in de Vlaamse media kan meedingen.

Kandidaturen zijn welkom tot eind januari 2003.

Meer inlichtingen, reglement en deelnemingsformulier bij de Provincie Vlaams-Brabant, Informatiedienst, Dietsvasteenweg 52, 3010 Leuven, tel. 016-26 71 64, info@vl-brabant.be, http://www.vlaamsbrabant.be/reglementen

Onder embargo

Gust Verwerft, ex-Blik, 58 jaar en zelfstandige, heeft dan toch een behoorlijke afscheidsregeling gekregen van de Heren van Kobbegem (zie onze vorige editie). Verwerft zijn assisenverhalen verschijnen van meet af aan trouwens in TV-Familie, dat Blik in-geblikt heeft.

Swa Collier is alweer weg als hoofdredacteur van de stadsmagazines Zone 03 en Zone 09. Is – na Mariena Dewulf – ook Swa eigenlijk te veel journalist om dergelijke sterk van publiciteit afhankelijke bladen te runnen?

De Media-Academie van de Persgroep bracht als eerste spreker in een serie van vier causerieën de Nederlandse columnist **Paul Scheffer**. Hij had het over het 'multiculturele drama': dat te veel migranten zich maar niet aanpassen aan de samenleving, dat politiek én pers hun schroom om daarover te praten maar eens opzij moeten zetten, enzovoort.

Scheffer ontkende verder dat de problemen veel met sociaal-economische achterstelling te maken hebben. Maar het opvallendste was nog dat de **politiek hoofdredacteur van De Morgen**, die naast hem zat, hem daar met geen woord op tegensprak.

Concentra heeft in het eerste halfjaar van 2002, 4 miljoen Euro nettowinst geboekt. Uitgeefdochter RUG, van Gazet van Antwerpen en Het Belang van Limburg, wist na de doorgevoerde herstructurering het nettoverlies te beperken tot 300.000 Euro.

Dat andere Concentra-product, de gratis pendelkrant **Metro**, doet het evenmin slecht. De directie kondigde overigens aan dat de oplage met 40 pct. wordt verhoogd. Hierdoor verspreidt Metro van meet af aan 275.000 exemplaren per werkdag.

In Nederland zit **Het Parool** zwaar in de problemen. PCM Uitgevers kondigde aan dat ze de verlieslatende krant kwijt willen. Onze eigen De Persgroep zou geïnteresseerd zijn, maar bij het personeel van de verzetskrant Het Parool ligt dat niet evident....

Diogene(s), het als links te omschrijven mediawatch-magazine van Jan-Pieter Everaerts, gaat digitaal. Geïnteresseerden kunnen e-Diogene(s) voortaan wekelijks in hun e-mailbox ontvangen. Contacteer media-doc.diva@skynet.be.

Er zijn geen zekerheden meer. Na de naamsverandering van Mediaxis in Sanoma, moeten we Sparta, de tijdschriftenafdeling van De Persgroep, voortaan **Magnet Magazines** noemen. Magnet-directeur Koen Clement wil op die manier een sexier (!) imago voor zijn bedrijf.

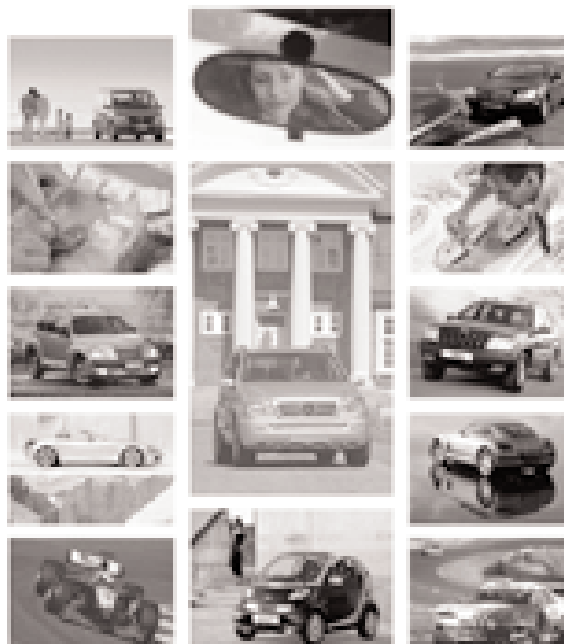
Op donderdag 31 oktober, om 11 uur, organiseren de WJ en het Fonds Pascal Decroos op de **Antwerpse Boekenbeurs** een debat over 'de hedendaagse uitdagingen van de journalistiek'. Sprekers zijn Piet Deslé (VMMA), Guido Van Liefferinge (Het Nieuwsblad/Het Volk), Geert Sciôt (De Morgen, auteur van 'De crash van Sabena'), Ides Debruyne (Fonds Pascal Decroos); moderator is Phara de Aguirre.

Ook op de Boekenbeurs: het nieuwe boek van freelance journaliste **Marleen Teugels**, 'Met stille trom', over de risico's van moderne oorlogsvoering.

En ook freelance journalist **Stefaan Van Laere** heeft een nieuweling uit, het jeugdboek 'Sciencefiction', dat in het najaar overigens reeds als film in de bioscoop verschijnt.

De toekomst van **Kanaal Z** is onzeker. Rik De Nolf, gedelegeerd bestuurder van Roularta, wijt dit aan de tegenvallende reclame-kosten. Er wordt dan ook gezocht naar nieuwe partners. In het andere geval valt het collectief ontslag van de 39 bedienden niet uit te sluiten, aldus nog De Nolf.

DAIMLERCHRYSLER



Passion meets Passion



DaimlerChrysler Belgium Luxembourg,
Tollaan 68 Avenue du Péage, Brussel 1200 Bruxelles

Hoe *geloofwaardig* zijn de media?

Een debat over de media, de persvrijheid,
de kwaliteit van de journalistiek, de concentratie in de sector, ...

SPREKERS: Piet Desle (VMMA), Guido Van Liefenige (Het Nieuwsblad), Pol Deltour (WJ),
Geert Scirot (De Morgen), Ides Debruyne (Fonds Pascal Decroos).

MODERATOR: Phara de Aguirre (VRT, Tezake)

WANNEER: Donderdag 31 oktober 2002 van 11 tot 13 uur.

WAAR: De Boekenbeurs, Bouwcentrum, zaal Retorica,
Jan van Rijswijklaan 191, 2020 Antwerpen.

Info: www.fondspascaldecroos.com - www.avbb.be

CBUTSTOEGANG

EEN ORGANISATIE VAN HET FONDS PASCAL DECROOS VOOR BIJZONDERE JOURNALISTIEK EN DE VLAAMSE VERENIGING VAN BERDEPSJOURNALISTEN (VVJ).



FONDS PASCAL DECROOS
VOOR BIJZONDERE JOURNALISTIEK™

