

de journalist

NIEUWSGIERIG • KRITISCH • GEDREVEN

april 2023
tweemaandelijks
#243

vj Vlaamse Vereniging
van Journalisten

ODE AAN DE
EINDREDACTEUR

NIEUWSAFHAKERS
CORONANIEUWS VOEDDE
HET WANTROUWEN

GREET VANDERHOEVEN

**‘Ook lifestyle-
journalistiek
verdient erkenning’**



© Joris Snaet

IN DIT NUMMER

- 04** ACTUA
- 06** SPREEKTijd
Greet Vanderhoeven (*Het Nieuwsblad*):
'Gelukkig zijn er ook de-influencers.'
- 10** GETIPT
- 10** ACTUA
Stijgende kosten zetten rem op
mediabedrijven.
- 12** ONDERZOEK
Coronianieuws voedde het wantrouwen.
- 14** OPINIE
Sara Vercauteren: 'Liever geen interview
dat een dat je blijft achtervolgen.'
- 16** INTERVIEW
Onzichtbaar maar onmisbaar:
ode aan de eindredacteur.
- 20** NIEUWS
Openbaarheid van bestuur: kat-en-muis-
spel met de burger blijft duren.
- 22** VAKPERS
- 24** ACTUA
Gratis over te nemen: verse primeurs.
- 26** ACTUA
Nederlandse onderzoeksjournalisten
verdienen meer.
- 28** FOTOROL
Christel Exelmans
- 30** RAAD VAN DE JOURNALISTIEK
Pieter Knapen
- 32** IN & UIT HET VAK
Eugenie D'Hooghe en Marlies Maddens
- 34** ONDER EMBARGO

COLOFON

- COÖRDINATIE:**
Pol Deltour (pol.deltour@journalist.be)
en Ruth Desmit (ruth@revista-media.be)
- EINDREDACTIE:** Piet De Loof
- CONCEPT EN VORMGEVING:** Revista
(www.revista-media.be)
- MEDEWERKERS:** Pol Deltour -
Ruth Desmit - Selma Franssen - Ria Goris
- Annick Hus - Charlotte Michils -
Monica Moritz - Pieter Knapen - Luc
Vanheerentals - Geert Van Lierde -
Bram Van Renterghem
- COVER:** Anaïs Lesy
- REDACTIESECRETARIAAT:**
Zennestraat 21, 1000 Brussel
Tel. 02/777 08 40
info@journalist.be
www.journalist.be
- ABONNEMENTEN:** info@journalist.be
- RECLAMEREGIE:** Beny Bechler,
beny.bechler@journalist.be
- DRUK EN VERZENDING:** Graphius



Vlaamse Vereniging
van Journalisten

HELSE RIT

“Generatieve AI komt niet zonder risico’s

Vooruitgangsoptimisten en dito pessimisten voerden de voorbije jaren razendinteressante debatten over de toestand en toekomst van de wereld, maar kan het zijn dat de pessimisten stilaan de boventoon voeren? Als vooraanstaande historici, economen en sociologen termen als ‘polycrisis’ en ‘elkaar versterkende megadreigingen’ in de mond nemen, is het opletten geblazen. Dan laten we ons best niet als ‘slaapwandelaars’ of ‘zombies’ naar de afgrond voeren. Dan is het om te beginnen zaak ons goed bewust te zijn van wat er tegenwoordig in dorp en wereld gebeurt. Ziedaar – nu even positief en vanuit de eigen navel bekeken – tevens een levensverzekering voor journalisten. Altijd – en vandaag mogelijk meer dan ooit – zal er behoefte zijn aan ‘nieuws’, en dus aan mensen die professioneel en onafhankelijk de hort op gaan om dat te garen, te verwerken en te verspreiden. Journalisten hebben daarbij ook de ondankbare taak nieuws-mijders te bereiken. Die blijken door al dat negatieve nieuws over oorlog en klimaatdreiging met almaar meer te zijn (zie pagina 12). Zal technologie de wereld helpen? Ongetwijfeld, althans tot op zeker hoogte. Maar al onze hoop op technologie stellen doen we beter niet. Met de superkracht die generatieve artificiële intelligentie in zich heeft, nemen behalve de kansen overigens ook de risico’s toe.

Dat geldt ook voor de journalistiek. Almaar meer redacties gaan aan de slag met tools voor het maken van korte berichten of voor het transcriberen van speech naar tekst en omgekeerd. Andere technologie – zoals DALL-E en MidJourney – genereert illustraties. Ook ChatGPT opent, alle scepsis daargelaten, nieuwe mogelijkheden voor uitgevers en journalisten, zeker als het verder wordt verfijnd. En dan is er nog de stilaan breed verspreide technologie die een steeds geraffineerdere personalisering van het nieuwsaanbod toelaat. Dat alles komt niet zonder risico’s, wat tot grote waakzaamheid noopt. Het is dan ook goed dat de Raad voor de Journalistiek in een nieuwe richtlijn inspeelt op de inzet van AI (zie pagina 30). Volgens de Raad moeten de redacties – en in fine de hoofd-redacties – ten allen tijde waken over de journalistieke deontologie hierbij.

Ze moeten ook altijd transparant zijn over AI-toepassingen.

Daarmee zijn voor de duidelijkheid niet alle problemen opgelost. Gepaste vorming en bijscholing en de herverkaveling van het journalistieke werk zijn andere bekommernissen. Net zoals – voor zover anderen AI gaan inzetten – het waken over ons bronnen-geheim en onze auteursrechten. Met AI zijn we hoe dan ook vertrokken voor een helse rit. Veiligheidsgordels vast dus.



POL DELTOUR

*Algemeen secretaris
VVJ/AVBB*



Oorlogsschade aan Oekraïense nieuwsmedia is groot

De oorlog in Oekraïne heeft, een jaar na aanvang, de journalisten en media in het land een zware slag toegebracht. Dat zegt Sergiy Tomilenko, voorzitter van de National Union of Journalists of Ukraine (NUJU), op de website van de Internationale Federatie van Journalisten (IFJ). Om en bij 50 Oekraïense en buitenlandse werknemers van mediabedrijven zijn gestorven, onder wie zeker 12 journalisten.

Net zoals de hele Oekraïense economie is de mediasector in mekaar gestort. Naar schatting een op de drie mediabedrijven zette de activiteiten stop. De aanhoudende Russische raketaanvallen op de energie-infrastructuur doen de overblijvende kranten en tijdschriften met vertraging verschijnen.

In de bezette gebieden worden journalisten gedwongen om Russische propaganda te verspreiden. Doen ze dat niet, dan dreigt uitwijzing of vervolging door de Russische bezetter. Een vijftiental journalisten bevindt zich momenteel in dat geval. De NUJU richtte met de steun van de IFJ en UNESCO in zes steden mediacentra op die organisatorische, technische, materiële, psychologische en juridische bijstand bieden aan journalisten. Ruim tweeduizend journalisten maakten intussen van deze Journalists Solidarity Centers (JSC) gebruik. De materiële ondersteuning varieert van camera's en laptops over elektrische generatoren en noodopladers tot beschermingsmateriaal zoals helmen, kogelvrije vesten en kits voor eerste hulp. (LV)

<https://www.ifj.org/media-centre/news/>

Voor giften: <https://donorbox.org/donation-to-the-ifj-safety-fund-for-journalists-in-ukraine>

DE QUOTE

'Het einde van de papieren krant is dichterbij dan we dachten'

– Zegt CEO Mediahuis Gert Ysebaert in *De Tijd* begin maart. Hij verwijst daarvoor naar de verdubbeling van de papierprijs in een jaar tijd en het feit dat almaar meer papiermakers zich omvormen tot kartonfabrikanten om aan de vraag vanuit de e-commerce tegemoet te komen.

OVER HET MUURTJE

'Klimaatwanhoop tegengaan door publiek te betrekken'

'Betrek je publiek bij het berichten over het klimaatprobleem. Vang hun wanhoop en cynisme op, en zoek met hen actief naar oplossingen.' Die suggestie deed de Paraguayaanse journalist Maximiliano Manzoni op het IFJ-webinar 'Covering the climate crisis: What's next?'. Met het webinar wilde de Internationale Federatie van Journalisten (IFJ) haar leden inspiratie bieden voor hun berichtgeving over de klimaatverandering. Journalist Maximiliano Manzoni werkt voor het onafhankelijke Paraguayaanse magazine *El Surtidor*. Dat blad onthulde herhaaldelijk hoe machtige lobbygroepen de Paraguayaanse overheid overtuigden om de opwarming te ontkennen of minimaliseren. (LV)

<https://www.youtube.com/watch?v=XIJEWWhBsOHI>

<https://elsurti.com/pt/revista-futuros-2020/>

Roularta weigert (collectief) te indexeren

Dat Mediahuis, Belga, VRT en DPG Media, evenals enkele kleine spelers als *Apache*, (zo goed als) collectief indexeren is een *fait accompli*. En er is meer: recent besliste ook *BRUZZ* om de vergoedingen te verhogen. Freelancers zien er hun vergoedingen stijgen met 15%.

Grote afwezigheid is dan weer Roularta. Dat liet eind maart na lang stilzwijgen weten niet in te gaan op een collectief verzoek. De argumenten zijn bekend: prijsafspraken mogen niet van Europa (sic) en er is geen budgettaire ruimte (de loonindexering!). Dat laatste blijkt uit de schrapping van de magazines *La Maison Victor* en *Voetbalmagazine*. De deur zou wel op een kier staan voor individuele vragen die dan *à la tête du client* zouden bekeken worden. De criteria zijn: het belang van de freelancer voor het bedrijf en het huidige vergoedingsniveau.

Helaas zijn ons bitter weinig gevallen bekend van zelfstandige journalisten die hun vraag gehonoreerd zagen. (CM)

Onderzoek werkbeleving: deelnemen tot eind april

Hoe beoordelen Vlaamse journalisten de kwaliteit van hun werk? Hoe zit het met de voldoening, maar ook met de werkdruk? Dat is het thema van een nieuwe KUL-enquête, waaraan VVJ-leden nog tot eind april kunnen deelnemen.

Een herinneringsmail werd half april verstuurd.

Het onderzoek wordt in goede banen geleid door professor dr. Hans De Witte, hoogleraar arbeidspsychologie aan de KUL, en uitgevoerd door KUL-studenten. In eerder onderzoek van vijftien jaar geleden toonde Hans De Witte voor journalisten al een relatief grote bevlogenheid aan voor hun vak, maar tegelijk een in vergelijking met andere beroeps categorieën grote kwetsbaarheid voor burn-outs. De resultaten van het nieuwe onderzoek worden in *De Journalist* en op www.journalist.be gepubliceerd. (PDE)

KU LEUVEN

HET CIJFER

125
miljoen

Die som heeft de federale regering nog jaarlijks veer voor de ondersteuning van de postverdeling van kranten en tijdschriften in de periode 2024 tot 2027. Daarmee daalt de subsidie met 50 miljoen per jaar. Intussen voert de Belgische Mededingingsautoriteit nog altijd een onderzoek naar mogelijk ongeoorloofde prijsafspraken tussen Bpost, dat tot dusver de subsidie ontving, en krantenuitgevers.

IFJ schorst Russische Journalistenbond

De Internationale Federatie van Journalisten (IFJ) heeft het lidmaatschap van de Russian Union of Journalists (RUJ) opgeschort. De aanleiding is de oprichting van vier lokale RUJ-antennes in bezet Oekraïens gebied.

De Oekraïense journalistenbond NUJU drong eerder aan op de uitzetting van de RUJ. Omdat de IFJ daarmee talmde, schorsten enkele Scandinavische journalistenbonden in februari hun lidmaatschap van de internationale journalistenfederatie op.

‘De IFJ is gebouwd op internationale solidariteit, samenwerking tussen leden en respect voor de rechten van journalisten’, aldus IFJ-voorzitster Dominique Pradalié. ‘Het initiatief van de RUJ om vier afdelingen op te richten in bezette gebieden in Oekraïne is daarmee in tegenstrijd.’

**GREET VANDERHOEVEN (HET NIEUWSBLAD) OVER DE DUNNE GRENS
TUSSEN LIFESTYLEJOURNALISTIEK EN MERCHANDISING**

‘Gelukkig zijn er nu ook de-influencers’



Greet Vanderhoeven (48) was tot voor kort chef weekendbijlagen van *Het Nieuwsblad*, nu staat ze daar aan het hoofd van een nieuwe creatieve cel. Bijzonder trots is ze op weekendblad *Billie*, dat de lezers van *Het Nieuwsblad*, *Gazet van Antwerpen* en *Het Belang van Limburg* sinds twee jaar wegwijs maakt in trends rond hebbedingetjes en maatschappelijke stromingen. 'Mensen hebben behoefte aan ontspanning en betrouwbaar advies.'

MONICA MORITZ

Greet Vanderhoeven: 'Op de redactie zeggen ze soms lachend dat lifestyle voor wat licht en lucht zorgt tussen het harde nieuws. Zonder zou het maar een donkere boel zijn, toch? Dus noem ik mijzelf wel eens *chef-lucht*. Toch brengt onze lifestyle-journalistiek degelijke informatie over allerlei onderwerpen die een belangrijk deel van ons leven raken, en verdient het ook erkenning. Het luik *life* gaat over relaties en seks, gezondheid, mentaal welzijn, gedragingen en lekker eten en drinken. *Style* houdt zich bezig met materiële dingen zoals mode, schoonheidsproducten, interieur en accessoires. Ook voor die commerciële onderwerpen kun je talloze journalistieke invalshoeken bedenken. Gefundeerde stukken over nieuwe snufjes die het leven aangenamer maken of over de werking van cosmetica zijn ook relevant. Je houdt je lezers op de hoogte van alles wat nieuw is en *bougeert*. Daarvan hangen geen levens af, noch is het hard nieuws, maar het heeft wel een functie. Mensen vinden ook leuke dingen belangrijk en de impact ervan op hun budget. Dat merken we online aan de vele views, likes en leesminuten.'

***Billie* linkt commerciële onderwerpen bewust aan adverteerders. Wie kiest de items en waar ligt de grens tussen merchandising en journalistiek?**

'Er zijn objectieve, traditionele ijkpunten, zoals de internationale modeweeken in het voor- en najaar. Daar ontdek je de nieuwe trends, seizoenkleuren, materialen, vormen. Worden het *skinny* of wijde jeans? Lange of korte jurken? Dat is geen persoonlijke goesting of keuze, dat zie je op de catwalks en daarna in de collecties van

modehuizen. Natuurlijk komen ook adverteerders daarop af en dan riskeer je inderdaad in elkaars vaarwater te zitten. De scheidingslijn tussen journalistiek en verkooppraat is soms zeer dun, net omdat de zaken waarover we schrijven te koop zijn. In tegenstelling tot bij politiek en internationaal nieuws, om het even simplistisch uit te drukken.'

Lifestylebijlagen spekken daarmee ook de kassa van de krant.

'Dat kan je niet ontkennen, hoewel dat in 2023 nog moet blijken. Nogmaals, je bewandelt daar een lastig domein waar je continu de grens tussen het commerciële en het journalistieke in de gaten moet houden. Dat is een extra uitdaging, maar onze journalisten schrijven geen commerciële content. We zijn geen *influencers* die een product aanbevelen om munt te slaan daaruit.'

Influencers zijn nu toch ook concurrenten?

'Ja, en tot mijn plezier heb je nu ook *de-influencers* die producten kritisch beoordelen. Dat is net onze *core business* in de consumentenbijlage. Influencers maken alleen maar reclame, vooral voor zichzelf, en dat is zeer lucratief. Wij daarentegen leggen de lat hoog: komt een product zijn beloftes na of niet? Dat onderzoeken we en als we daarvoor de kennis niet in huis hebben, raadplegen we erkende specialisten. Het is wel zo dat adverteerders hun budget dat vroeger naar de papieren krant en de televisie ging en later naar online, nu ook gedeeltelijk aan influencers besteden. Wij zijn dus voortdurend op zoek naar onze plek in die wereld.'

Zijn er soms conflicten met adverteerders na een negatieve recensie?

'Ja, soms is er kritiek. Als een product echt niet goed is of als de prijs-kwaliteitverhouding niet klopt, dan is het onze taak om dat te schrijven. Daarmee dagen we merken uit om zichzelf te verbeteren. Dat valt niet altijd in goede aarde, maar als we met gecontroleerde, betrouwbare informatie komen, dan blijven we daarbij. Anderzijds kan je consumenten ook niet alleen maar afschrikken. Smaken verschillen. Niet iedereen zal dezelfde wijn appreciëren. Op basis daarvan mag je dan schrijven: 'Voor wie van dit soort wijn houdt, is dit een goed product'. De wisselwerking met adverteerders hebben we al ingecalculeerd tijdens het maakproces van *Billie*. We luisteren regelmatig naar wat adverteerders te bieden hebben en de manier waarop ze het willen brengen. Zo blijven we op de hoogte van nieuwe ontwikkelingen. Als we een interieurspecial maken is het logisch dat onze advertising afdeling daarvoor een

'Brand journalism, journalistiek verpakte reclame, laten we niet toe op de redactie'

geïnteresseerde adverteerder zoekt. Dat is niet nieuw, maar adverteerders gaan steeds meer op zoek naar specifieke content en dan krijg je stevige discussies. Hoe doen we dat? Wat is redelijk? Wat is journalistiek verantwoord? Onze vaste redactie zal bij een betalende samenwerking nooit kooptips geven. *Brand journalism*, journalistiek verpakte reclame, dat is *native advertising* en dat laten we op de redactie niet toe.'

Hoe gaat dat dan concreet in zijn werk?

'We hebben bijvoorbeeld een kerst-

wedstrijd georganiseerd samen met een e-commercebedrijf. Daarbij stond duidelijk vermeld dat het om een *collab* ging, een samenwerking, en dat de prijs, een *xmas makeover*, gefinancierd werd door de commerciële partner. Dat was een crossmediaal succes en niemand heeft dat afgedaan als een commercieel verhaal. Het resultaat was zonder meer een relevante human interest story. Financieel is zo'n crossmediaal event niet haalbaar zonder dat soort samenwerkingen.'

De Vlaamse lifestylepublicaties lijken erg op elkaar. Is de markt verzadigd?

'Vroeger was lifestyle het territorium van vrouwenweekbladen zoals *Libelle* en later van magazines als *Flair* en *Knack Weekend*. Toen de kranten elk hun eigen lifestyle-bijlage lanceerden, is dat daar financieel hard aangekomen. Vandaag is die concurrentiestrijd afgekoeld. Weekbladen hebben hun identiteit versterkt, spreken hun eigen publiek aan en groeien digitaal. De onderlinge concurrentie tussen de lifestylebladen van de nieuwstitels bestaat nog wel, maar elke krant richt zich tot een ander publiek. Wat *DS magazine* of *Sabato* brengen, is niet te vergelijken met wat populaire krantentitels als *HN* of *HLN* hun breder publiek aanbieden. Inhoudelijk leken de papieren lifestylebijlagen vroeger veel meer op elkaar omdat je in dezelfde vijver zat te vissen en de speelruimte kleiner was op papier. We namen de ander onder de loep, hamerden op exclusieve interviews en probeerden elkaar de loef af te steken met primeurs. Met een goeie cover verkochten we al snel 10 à 15.000 exemplaren meer. Het ging in die periode hard tegen hard en zelfs dreigen met een rechtszaak was niet ongewoon. Vervolgens zijn online platformen en sociale media met een deel van onze business gaan lopen en hebben BV's zelf hun communicatie met het publiek in de hand. Dus hebben we allemaal onze focus moeten verleggen en is de concurrentiestrijd minder heftig geworden.'

Wat onderscheidt *Billie* van de concurrentie?

'Met *Billie* hebben we online én op papier een jonger lifestylemerk neergezet met meer nadruk op de doorsnee lezer, die we nu ook op een piëdestal zetten. We belichten het dagelijkse leven van gewone 'bijzondere' mensen en geven meer ruimte aan *human interest*. Hoewel *celebs* nog altijd gemakkelijk publiek trekken, zijn onze coverfiguren niet altijd bekende mensen. En dat loont. Uit lezersonderzoeken blijkt dat *Billie* in de smaak valt bij een jonger en diverser publiek. Dankzij het online luik lopen onze publicatiemomenten nu ook de hele week door. Wij evolueren ook mee met maatschappelijke tendensen: het strikte onderscheid m/v boeit jongeren minder, dus veel lifestyle-onderwerpen zijn niet meer zo gendergebonden. De naam *Billie* hebben we trouwens gekozen omdat je die aan iedereen kan geven.'

'*Billie* is een lifestylemerk dat een jong en divers publiek aanspreekt, zowel online als op papier'

Kun je in 2023 nog met goed fatsoen de overconsumptie aanwakkeren met must-haves en dergelijke?

'We zijn niet blind voor de *overkill* van de *fast fashion*. Bij een breed publiek betaalbare spullen aanprijzen zonder overconsumptie aan te moedigen, is niet eenvoudig. Jonge consumenten met een beperkt budget houden ook van leuke nieuwe spullen en wij willen niet alle fun uit het leven halen. We spelen wel meer in op duurzaamheid – *sustaina'Billie'ty* – via de tweedehandsmarkt in plaats van enkel de nadruk te leggen op nieuwigheden. Zo hebben we een interieurrubriek gelanceerd, *The vintage lover*, waarin mensen pronken met toffe vondsten en we laten zien waar je dat soort spullen kan vinden. Je moet die

markt wel anders in de kijker zetten omdat al die stukken uniek zijn en mensen echt op zoek moeten gaan naar leuke spullen. Daarnaast brengen we af en toe specials met minder commerciële invalshoeken, waarmee we ons onderscheiden.'

Hoe zie je de evolutie van de papieren weekendbijlagen in het algemeen?

'In het weekend nemen een heleboel mensen, van allerlei leeftijden trouwens, graag de tijd om nog een papieren krant te lezen en die leeservaring op een andere, meer luxueuze manier te beleven. Volgens mij zal het publiek daarvoor nog lang bestaan, want je krijgt prachtig leesvoer. Tijdens de week zijn vooral de oudere generaties verknocht aan hun dagelijkse papieren krant, al leeft de tendens om papier af te bouwen. Aan de lezerskant blijkt het dagelijkse gebruik van de papieren krant in Vlaanderen nochtans gestegen van 19 naar 21%. Ik viel bijna van mijn stoel toen ik die recente cijfers zag van de imec.digimeter (*een instrument dat de digitale transformatie meet bij Vlamingen, nvdr*).

Hoe ziet de toekomst van de papieren *Billie* eruit?

'We hebben *Billie* ontwikkeld in 2020, in volle coronacrisis, en in maart 2021 ook uitdrukkelijk op papier gelanceerd. Het magazine scoort goed en er is absoluut geen sprake van om volledig online te gaan. Ik ben vrij optimistisch daarover. Het uitgangspunt was wel: *digital first*, jong en toekomstgericht. Dat brengt een andere redactiewerking met zich mee. De wekelijkse deadline en de langetermijnplanning hebben plaats gemaakt voor een spreiding over de hele week, waardoor de dwingendheid en het actuegehalte stijgen.'

Hoe loopt het project *Youth Lab*, waarvoor de krant zes jongeren in dienst heeft genomen?

'*Youth Lab* is eigenlijk een term die we enkel intern gebruiken. In de zomer van vorig jaar hebben we zes jonge journalisten geëngageerd met de bedoeling om de inzichten van hun generatie meer te laten



© Anna's Lesly

doordringen op de hele redactie, zowel inhoudelijk als technisch. De eerste concrete doelstelling was om een TikTok-account te lanceren voor *Het Nieuwsblad*. Daarop hebben we intussen 50.000 volgers. We willen ook een kruisbestuiving op gang brengen tussen de competenties van de verschillende generaties. Op die manier kunnen we evolueren naar een nieuwe creatieve aanpak waarbij we naast geschreven verhalen ook inzetten op video's en *infographic design*. Ikzelf ben ermee bezig sinds begin dit jaar en dat is een *work in progress*. Billie zit ondertussen voor 95 procent in de goede handen van mijn collega's, zodat ik me kan focussen op dat jonge redacteursteam.'

Is daar al iets moois uit gekomen?

'Absoluut! Volgens de imec.digimeter zou de Vlaming gemiddeld 185 minuten per dag doorbrengen op de smartphone. Jongeren nog langer. We hebben een redactrice van Youth Lab op reportage gestuurd samen met een journalist van de nieuwsredactie om een korte video en een geschreven verhaal te maken over het smartphonegedrag van jongeren. Daaruit blijkt dat er mensen zijn die 9 à 10 uur per dag bezig zijn op hun gsm. Opmerkelijke cijfers, waarvoor veel interesse was.'

Via TikTok krijgt China toegang tot de gegevens van Europese gebruikers en zou de app tieners manipuleren en dom maken. Is de commerciële impact van

likes en views dat waard?

'Het is absoluut niet ons opzet om mensen aan te sporen zich op TikTok te storten. We merken alleen dat heel wat jong volk dáár, en spijtig genoeg soms enkel daar, informatie haalt. Als we dus willen dat ze ons nieuws zien, is dat kanaal geen onlogische keuze. Dat is niet makkelijk, integendeel. Probeer maar eens een journalistiek verhaal te brengen in een minuut met voldoende informatie en nuances. Daarover moet je ernstig en grondig nadenken. Korte journalistieke posts en video's halen soms meer dan een half miljoen views, en spreken ook een ander publiek aan dan dat van de krant en de nieuwsapps, zoals jongeren met migratieroots die *Het Nieuwsblad* normaal niet lezen. Onze experimentele aanpak leidt stilaan tot een nieuwsconcept waarmee we net het omgekeerde willen bereiken van 'tieners manipuleren en dom maken'. Uiteraard zijn we gebonden aan de niet zo fijne, ondoorzichtige spelregels van TikTok, dat qua privacy niet erg verschilt van andere social media-bedrijven, maar waar de politieke context wel heel anders is. Mochten er aanwijzingen zijn dat de veiligheid in het gedrang komt, dan zullen we onze conclusies trekken en ons houden aan de voorschriften.'

Je partner Pascal Weiss is hoofdredacteur van *Het Nieuwsblad*. Hoe is het om in die context voor dezelfde krant te werken?

'Het heeft één groot voordeel: je wéét van mekaar wat de job vraagt. Anders lijkt het me moeilijk vol te houden in een gezin met drie kinderen.'

Hebben ze jou ooit de functie van hoofdredacteur aangeboden?

'Ik zit al behoorlijk lang bij *Het Nieuwsblad*. Ik begon als regio-redacteur, werd dan nationale eindredacteur en groeide door tot chef van de consumenten-, lifestyle- en weekendbijlagen. Mijn naam heeft wel eens gecirculeerd voor de hoofdredactie, maar meer niet. Godzijdank, want als *chef-lucht* heb ik meer ademruimte.'

DUURZAME TEXTIELINDUSTRIE?

In haar boek *Kleerkastvasten* ontleedt freelancejournaliste Sarah Vandoorne de mondiale textielindustrie en laakt ze het grote tekort aan duurzaamheid ervan. Ze stelt ook oplossingen voor en staat stil bij de rol van journalisten in het verhaal.

Sarah Vandoorne, *Kleerkastvasten*. De textielketen ontrafeld, uitgeverij Vrijdag, 448 blz.

VEILIG COMMUNICEREN

Een toelichting van onze Nederlandse collega's. Delicate gesprekken transcriberen kan je voortaan met MacWhisper. MacWhisper zou niet enkel prima kwaliteit bieden, ook de veiligheid lijkt gegarandeerd. De tekst komt namelijk niet op een buitenlandse server maar op je eigen computer terecht. Alleen beschikbaar voor Mac.

JOURNALISTE EN SERIEMOORDENAAR

De zogenaamde *Boston strangler* verkrachtte en vermoordde in de jaren 60 van de vorige eeuw dertien vrouwen, tot een journaliste hem aan de galg schreef. Dat waar gebeurde verhaal is nu verfilmd met Keira Knightley in de hoofdrol.

Boston Strangler, true crime thriller op Disney+

WAAR IS ZUSTER GABRIELLE?

Ook bij ons, en meer precies in Dendermonde, gaan journalisten achter duistere krachten aan. In een veelbeluisterde podcast onderzoekt VRT-gerechtsjournalist Philip Heymans een onopgeloste verdwijningszaak uit 1982. Zuster Gabrielle was een vrijgevochten en graag geziene non... tot ze op mysterieuze wijze verdween.

Philip Heymans, *Waar is zuster Gabrielle?*, podcast VRT

Stijgende kosten zetten rem op mediabedrijven





De stijging van energie-, papier- en loonkosten deed het boekhoudkundig resultaat van de Vlaamse mediabedrijven in 2022 geen goed. De verkoop van digitale abonnementen blijft wel groeien.

LUC VANHEERENTALS



DPG Media zag zijn omzet nog licht stijgen met 1 procent tot 1,82 miljard euro, maar meldt niettemin een daling van de nettowinst met 5 procent tot 200 miljoen. De publishing-sector noteerde een stijging van het aantal abonnementen, met name in de het digitale aanbod (+ 14 procent). De losse verkoop van kranten en magazines en het aantal print-abonnees daarentegen daalden. Vooral het printsegment had te lijden van de inflatie, torenhoge papierprijzen en gestegen distributiekosten.

De radio- en tv-zenders haalden bij kijkers en adverteerders de beste resultaten van de afgelopen 20 jaar. DPG Media bereikt digitaal momenteel in totaal ruim 15 miljoen bezoekers per dag. De verdere digitalisering blijft in 2023 dan ook de belangrijkste prioriteit. CEO Erik Roddenhof vreest niettemin dat de effecten van de hoge inflatie, gestegen loonkosten en papierprijzen ook in heel 2023 voelbaar blijven. 'De evolutie van de advertentiemarkt is de grote onbekende in deze moeilijke economische context.'

								
OMZET	€ 1,83 miljard	+ 1 %	€ 1,22 miljard	+ 92,2 %	€ 343,1 miljoen	+ 14,3 %	€ 78,6 miljoen	+6,6 %
EBITDA	€ 365 miljoen	- 8 %	€ 200,4 miljoen	- 15,4 %	€ 30,1 miljoen	- 18,5 %	€ 16,9 miljoen	-4,7 %
NETTO-WINST	€ 200 miljoen	- 5 %	€ 65,3 miljoen	- 52,8 %	€ 555.000	€ 16,03 miljoen in 2021	€ 5,6 miljoen	- 23,1 %

MEDIAHUIS

Mediahuis zag zijn winst in 2022 slinken met ruim 50 procent tot nog 65 miljoen euro. Dat is niet enkel een gevolg van stijgende kosten; in het voorgaande jaar 2021 waren de cijfers nog sterk positief beïnvloed door de eenmalige inkomsten uit de verkoop van de participatie in Keesing.

De omzet steeg tot 1,22 miljard, mede als gevolg van de overname van het Duitse Aachener Verlagsgesellschaft begin 2022. De groep slaagde er ook in om haar circa 1,8 miljoen krantenabonnees te behouden dankzij een toename met 13 procent van het aantal digitale abonnees. Het aantal print-abonnees daalde daarentegen met 11 procent. Ruim 4 op de 10 abonnees van Mediahuis leest vandaag digitaal of een combinatie van print en digitaal. In ons land is dat 34 procent. De podcasts werden 77,6 miljoen keer beluisterd in 2022 en dat is een toename met 55 procent.

Roularta Media Group

Roularta Media Group noteerde slechts 555.000 euro nettowinst, tegenover 16,03 miljoen in 2021. Dat is weliswaar vooral het gevolg van een reeks waardeverminderingen die in 2022 werden geboekt. Door overnames zag Roularta Media Group haar omzet met 14,3 procent stijgen tot 343 miljoen euro. De prijsstijgingen beïnvloedden het resultaat echter negatief. Zo ging de papierkost in vergelijking met 2021 met liefst 76 procent omhoog. Door een strikt beleid slaagde het bedrijf er, ondanks de inflatie, toch in om de kosten voor personeel, diensten en diverse goederen te verlagen.

Ook in deze mediagroep is digitalisering 'heden en toekomst'. Roularta wil met name inzetten op 'de uitbreiding en verbetering van de digitale leeservaring om content te consumeren op maat en volgens de wens van de lezer'. Dat uit zich in investeringen in nieuwe technologie voor de websites, dataplatformen en een nieuw multimediaal redactioneel systeem.

mediafin

Roularta bezit ook 50 procent van de joint venture **Mediafin**, uitgever van *De Tijd* en *L'Echo*. Ondanks een omzetstijging met 6,6 procent tot 78,6 miljoen euro, boekte Mediafin vorig jaar 23 procent minder nettowinst om daarmee uit te komen op 5,6 miljoen.

ERASMUSHOGESCHOOL BRUSSEL DOET ONDERZOEK NAAR
NIEUWSMIJDERS EN -WANTROUWERS

Corona-nieuws voedde het wantrouwen

De traditionele nieuwsmedia in Vlaanderen genieten beduidend meer vertrouwen dan die in Frankrijk of de VS. Toch zijn er tekenen aan de wand dat lezers, kijkers en luisteraars het voor bekeken houden. De groep wantrouwers wordt niet kleiner, wel virulenter, en de groep nieuwsmijders groeit. De opleiding journalistiek van de Erasmushogeschool in Brussel bracht hun kritieken en achtergronden in kaart. Wie zijn die mensen? En kunnen we hen nog terugwinnen?

RIA GORIS

Binnenkort presenteert het gerenommeerde Reuters Digital Report zijn jaarlijkse cijfers. Een redelijk stabiele groep van 6 op de 10 Vlamingen vertrouwt onze nieuwsmedia, ongeveer 16 procent wantrouwt ze. Het aantal nieuwsmijders stijgt al vijf jaar na elkaar. Tachtig diepgaande interviews met wantrouwers en vermijders van de traditionele nieuwsmedia in Vlaanderen, verzameld tussen september 2021 en december 2022, vormen de basis van een analyse naar het waarom van wantrouwen en afhaken.

Wie denkt dat het om een marginale groep gaat, slaat de bal mis. We spraken met een doorsnede van de bevolking: leerkrachten, koeriers, managers, bedienden, chauffeurs, ingenieurs ... Kortom: van kraker tot universiteitsprofessor. Ze gaven gehoor aan een oproep op socialemediakanalen of werden in de eigen omgeving gevonden.

We identificeerden subgroepen met verschillende frames of perspectieven op de traditionele nieuwsmedia.

Bij alle aangehaalde redenen voor wantrouwen of afhaken staat één frame met stip bovenaan: 'het nieuws is te eenzijdig, het is partijdig en beleidsversterkend'. Liefst 37 van de 80 interviewees gaven aan dat de coronaberichtgeving een reden is voor hun wantrouwen of afhaken, of dat die het proces beduidend versterkt heeft. Een van de respondenten legt uit: 'De officiële standpunten (van de overheid, 'de' wetenschap...) worden te veel gevolgd, confrontatie met andere visies en analyses blijft te beperkt. Hoofdredacteurs die lezers wijzen op hun burgerlijke plicht om zich te laten vaccineren, stellen zich tendentius op en wijzen eigenlijk elk debat over het covidbeleid reeds a priori af.' Politiek eerder rechts georiënteerde

burgers vervoegen die ‘kritiek van eenzijdigheid’, zoals in deze uitspraak: ‘Bepaalde ideologieën moeten wel beschermd worden en andere moeten afgebroken worden. Daaraan zie je de oneerlijkheid in de media. En daardoor wordt het ook meer en meer duidelijk dat ze gewoon niet te vertrouwen zijn.’

In een aantal gevallen vinden rechts en vaccincritici elkaar: mensen die door hun linkse vrienden op de vingers getikt werden voor een vaccin-kritische houding, vonden op rechts ijveraars voor het beëindigen van het covid-certificaat.

FOLLOW THE MONEY

Verder speelt bij wantrouwers argwaan tegen wat zij zien als belangenvermenging tussen enerzijds nieuwsmedia en anderzijds politiek en/of *big bussiness*. Iemand verwoordde het zo: ‘Die verwevenheid is een gevaar. Je hebt die ontmoetingen tussen beide groepen (journalisten en politici). Ze zitten in dezelfde netwerken. Je moet kritische observator zijn van de rechtsstaat. Ik besef dat die journalisten maar een deel zijn van een organisatie, een systeem. Ik weet niet in welke mate ze vrijheid hebben.’ Of nog: ‘*Follow the money*, kijk waar het geld vandaan komt en die gaan daar invloed op hebben. Je gaat niets financieren als je het fundamenteel oneens bent met ... Ik denk niet dat die elke dag aan tafel zitten en zeggen: “Dat wel, dat niet”. Dat niet, maar wel grote sturingen.’ Bij een deel van de interviewees leeft de overtuiging dat de media zo zwaar gesubsidieerd worden door de overheid dat het hun onafhankelijkheid bedreigt.

Het frame ‘nieuws is te negatief, het deprimeert mij’, speelt dan weer een grote rol bij afhakers. Die reden om het voor bekeken te houden, vinden we vaker bij vrouwen, eerder apolitiek of politiek links. Nieuws roept bij hen teleurstelling op, onverschilligheid of een gedeprimeerd gevoel. Die groep mist het positieve, verbindende en opbouwende. Ze zouden nieuws liever zien als probleemoplosser in plaats van enkel probleemankaarter.

Nieuws door de ogen van...

WANTROUWERS	NIEUWSMIJDERS
te partijdig en beleidsbestendigend	te negatief en deprimerend
belangenvermenging (wiens brood men eet, ...)	bangmakerij, paniekzaaijerij
censuur en doofpotoperaties	te veel sensatie
gekleurd door te westerse bril	niet nuttig voor mij

Negatief nieuws of paniekzaaijerij worden aangegeven als belangrijkste redenen om af te haken

Sommigen verwijzen naar hun volle agenda’s: ‘Ik vind dat ik overdag al heel erg overprikkeld word door de job die ik doe, zodat ik het er ook niet echt meer wil bijnemen.’ Bij anderen spelen naar eigen zeggen hoogsensitiviteit, een burn-out of verlieservaringen. Een vrouw na haar burn-out: ‘Bij alles denk ik: wat brengt mij dit? Vreugde, voldoening, plezier? Nieuws mijden, is een bescherming van mijn mentale en fysieke gezondheid.’ Ook in dit frame hoorden we meermaals een verwijzing naar coronaberichtgeving. Het verwijt dat de traditionele nieuwsmedia in coronatijden, maar ook bij de aanslagen in Brussel en de oorlog in Oekraïne, ‘aan bangmakerij en paniekzaaijerij doen’, is een tweede grote reden om af te haken.

WENSLIJSTJES

Naast een behoorlijke portie kritiek op de nieuwsmedia noteerden we ook waardering, zoals in deze reactie: ‘Ik voel me een beetje gefrustreerd, maar toch ook tevreden over de kwaliteit die journalisten soms brengen. Als ik het zuiver kwalitatief bekijk, brengen ze het goed. Wat ze

brengen, is wel goed, maar het hoe is soms het probleem.’

Een ander geeft de nieuwsmedia een 7/10 op de vertrouwensschaal: ‘Ik weet dat ze effectief weinig tijd hebben om onderzoeksjournalistiek te doen maar ik weet ook dat fake news meestal niet via de klassieke media gaat passeren, dus mensen doen wel een goede job.’

Het onderzoek peilde ook naar de wensen van wantrouwers en afhakers voor de media. Wie verzucht dat de nieuwsmedia te eenzijdig, partijdig en beleidsbestendigend zijn, hoopt op meer tegensprekelijk debat, tegenstemmen en representativiteit. Wie de media verdenkt van belangenvermenging met politiek, aandeelhouders en adverteerders vraagt om een aantoonbare onafhankelijkheid, meer onderzoeksjournalistiek en vooral transparantie in hoe journalisten aan hun bronnen en cijfers komen. Bij veel afhakers leeft het verlangen naar opbouwende en verbindende nieuwsitems.

Zoveel is duidelijk: lang niet alle wantrouwers en afhakers vallen terug te winnen voor de traditionele nieuwsmedia. Het begrijpen van hun frustratie en verzuchtingen is wel een beginpunt voor een reflectie op eventuele blinde vlekken in onze media, en wat daaraan te doen valt.

Lees een uitgebreider verslag van het onderzoek naar nieuwsafhakers en -wantrouwers op www.journalist.be

Liever géén interview dan een dat je blijft achtervolgen

Met heel veel interesse en ook wel een deel herkenning las ik in het vorige nummer van *De Journalist* het artikel 'Liever géén interview dan een promopraatje' van Ann Braeckman. Daarin stelt de journalist dat Bekende Vlamingen steeds meer eisen stellen terwijl er steeds minder kan. Maar klopt dat ook? En waar komt dat eigenlijk vandaan?



SARA VERCAUTEREN
PR-BUREAU BE PUBLIC

Ik heb zelf ruim 20 jaar als woordvoerder gewerkt, eerst voor ministers en later, als woordvoerder van VTM, voor veel bekende gezichten. Ook vandaag begeleid ik geregeld bekende mensen die interviews geven vanuit mijn functie als managing director bij pr-bureau Republic Group. In mijn boek *Geen Commentaar*, waarin ik 101 tips voor woordvoerders deel, schreef ik het al: 'Een van de discussiepunten die vaak terugkomen tussen woordvoerders en journalisten is dat van controle over het interview. De journalist wil volledige vrijheid en de geïnterviewde wil het stuk graag volledig naar zijn hand zetten. Daartussenin is een grijze zone van overleg, compromis en afspraken mogelijk. Maar zoals dat met grijze zones gaat, veroorzaakt die soms wrevel.' Overleg, compromis, afspraken ... dat lukt meestal goed als er wederzijds begrip is én als er voor beide partijen een win aan vasthangt. En net dat laatste wordt almaar moeilijker.

Laat ik alvast één misverstand de wereld uithelpen: de meeste bekende mensen geven niet graag interviews en willen (naast hun job als tv-presentator, zanger of sporter) niet in de spotlights staan. Het is dus niet omdat je een populair programma presenteert, dat je automatisch je hele leven wil delen met Vlaanderen. Ik vind het belangrijk om dat te vertellen, want het geeft een antwoord op de vraag waarom bekende mensen vaak enkel promo-interviews willen doen. *That comes with the job*. De enigen die mogen en

moeten beslissen of ze ook grotere *personality*-interviews willen geven, zijn zijzelf. Journalisten mogen uiteraard vragende partij zijn – vragen staat vrij – maar het is niet omdat mensen bekend zijn dat ze daar automatisch voor staan te springen.

SLIP OF THE TONGUE

Laat ik nog een misverstand de wereld uit helpen: vaak zijn het niet de interviews zelf die ze niet graag doen. Op zich kan er meestal een mooi interview opgezet worden met de journalist in kwestie, waar beide partijen zich in kunnen vinden. Het gaat over wat er nadien met dat interview gebeurt. Eén quote over een pijnlijke misstap uit het verleden wordt de titel. Eén emotionele uitspraak komt onder een emotionele foto te staan. Eén *slip of the tongue* wordt opgeblazen tot *clickbait*. De context van het interview verdwijnt vaak door schreeuwende titels, die dan ook nog eens gretig worden overgenomen door andere media. Zonder nuance, zonder de geest van het interview wordt op die manier een kwetsbaar verhaal plots een kwetsend verhaal. Het zijn zulke zaken die bekende mensen doen huiveren voor interviews. Ze voelen zich niet altijd veilig en hebben weinig vertrouwen in hoe hun verhaal wordt neergezet en vooral wat er nadien nog mee gebeurt. En dus wordt



al snel de afweging gemaakt: liever géén interview dan één dat je blijft achtervolgen.

Enter woordvoerders en managers om tussenpersoon te spelen tussen journalisten en geïnterviewden, want in die context kunnen er maar beter op voorhand goede afspraken worden gemaakt. Dat verklaart waarom woordvoerders vaak de richtvragen willen weten van een journalist, dat verklaart waarom bepaalde thema's niet tot de *scope* van het interview behoren, dat verklaart waarom titels en foto's worden opgevraagd voor publicatie. Ik ga niet beweren dat woordvoerders of managers soms niet over de schreef gaan met hun eisen. Dat na het interview effectief te veel wordt geschrapt of nog iets toegevoegd. Maar ik begrijp waar het vandaan komt.

GEZONDE SPANNING

Wat ik steeds ervaren heb, is de gezonde spanning die er hangt tussen journalisten en woordvoerders. Ik vind die gezond: ieder heeft namelijk zijn eigen rol. Als je begrip hebt voor elkaars rol, kan je vaak een constructieve werkrelatie opbouwen. Enerzijds heb je de rol van journalist, die graag een uniek verhaal wil horen van de persoon die hij interviewt, en uiteraard

'Zonder nuance wordt een kwetsbaar verhaal plots een kwetsend verhaal'

hoopt dat dat verhaal ook heel wat mensen zal interesseren. Anderzijds heb je de rol van de woordvoerder of manager, die ervoor wil zorgen dat de reputatie van de geïnterviewde versterkt wordt of minstens geen schade oploopt. Dat het verhaal dat die persoon doet, op een correcte manier wordt gebracht.

Ik geloof er nogal sterk in dat als ieder zijn rol speelt en als we elkaars rollen respecteren, we opnieuw kunnen komen tot sterkere en uniekere stukken. Maar dan moet er vanuit journalistenkant ook gewerkt worden aan dat vertrouwen. Zolang bekende mensen geen vertrouwen meer hebben in hoe er wordt omgegaan met hun woorden, hun verhaal, zal het heel moeilijk zijn om hen nog echt aan de praat te krijgen. Hoe jammer ook.

Meer weten over hoe woordvoerders kijken naar interviews en de relatie met journalisten? Luister naar de podcast *Geen Commentaar* op alle podcastplatformen en op tijd.be/geen-commentaar

JAM kon voor 2021 € 516.523 verdelen

AM-leden die tijdig hun aangifte indienden, kregen onlangs een bedrag op hun rekening gestort als vergoeding voor hun reprografische- en thuishoupierechten. In het totaal kon de JAM voor 2021 € 516.523 verdelen. Die sommen verschillen per definitie van die van vorige jaren. Dat kan vooreerst liggen aan de eigen aangifte, maar ook externe parameters spelen een rol. De JAM is namelijk afhankelijk van de inningen door Reprobel en Auvibel, en die variëren jaarlijks. Het aandeel van de JAM in die inningen wordt bepaald door het totale JAM-repertoire dat door de leden wordt aangegeven. Van die sommen moet de JAM

gedurende 5 jaar overigens een deel reserveren voor correcties, nieuwe leden of laattijdige aangiften. Ook de werkingskosten van de JAM zelf bepalen de uiteindelijke uitkeringen, maar deze worden nauwlettend opgevolgd door de directie en de raad van bestuur. Bovendien worden de JAM-rekeningen strikt opgevolgd door een revisor en de controledienst van de FOD Economie.

Belangrijk blijft dat alle journalisten tijdig en zo accuraat mogelijk hun aangifte indienen bij de JAM. Alleen zo kan ze het journalisten-repertoire bij Reprobel en Auvibel handhaven en alle journalisten solidair en gepast uitbetalen. (JAM)

Spanning bij VRT NWS zet focus op werkomstandigheden

Met ruim zeventig waren ze, de journalisten en eindredacteurs van de VRT die eind februari via een petitie de moeilijke en zelfs 'toxische' werkomstandigheden bij VRT NWS aankloegen. Aan De Morgen beaamden VRT-medewerkers anoniem dat diverse eindredacteurs van met name de online redactie gedwongen thuiszaten. Voor een deel had dat te maken met de komst een klein jaar geleden van een nieuwe chef online, Karel Degraeve (ex-adjunct-hoofdredacteur van Knack en Humo), die niet meteen een goede toon aansloeg. Maar de onvrede blijkt dieper te zitten. Ze heeft ook te maken met de gedwongen besparingen, een nieuw verloningsysteem, wantrouwen tegenover de hoofdredactie en een CEO die vooral

blijkt in te zetten op meer entertainment in het VRT-aanbod. De link wordt gelegd met de zelfdoding van RTBF-journalist Alain Dremière (44) op 14 februari. Hij sprong van de tiende verdieping van het RTBF-gebouw naar beneden. Ook dit is ongetwijfeld weer een gemengd verhaal, met private en professionele aspecten. Toch beklemtoont ook de RTBF-redactieraad het al langer mank lopende personeelsbeleid bij de omroep. De VRT-hoofdredactie onthoudt zich 'uit respect voor de betrokkenen' van publieke commentaar. Achter de schermen wordt wel gewerkt aan oplossingen in samenwerking met de redactieraad en de dienst welzijn. (PDE)

Onzichtbaar maar onmisbaar: ode aan de eindredacteur

A red pen is positioned diagonally from the top left, pointing towards a white rectangular text box that is superimposed on the screen of a laptop. The laptop is open, and two hands are visible at the bottom, typing on the keyboard. The background is a light beige color with various small, hand-drawn red symbols scattered around, including a hash symbol (#), a square, a circle with a dot, a double-headed arrow, a checkmark, and a cross. The text box contains the following text:

Eindredacteurs: ze zijn onzichtbaar voor het publiek maar zo onmisbaar voor de journalist. Die sakkert wel eens op hen omdat ze die spitsvondige titel tóch hebben aangepast, maar kan tegelijk niet zonder hun scherpe oog en helikopterzicht. Drie eindredacteurs vertellen over hun cruciale werk achter de schermen.

SELMA FRANSSEN

© collage revista



‘Wie openstaat voor feedback kan veel bijleren’

Nathalie Cardon is coördinator eindredactie bij *Knack Weekend* en columnist

Als coördinator eindredactie lees je elke letter van *Knack Weekend*.

‘Ik lees alles na, herschrijf waar nodig, pas titels aan, bedenk covertitels en plan freelancers in. Dat doe ik voltijds, samen met een team van drie parttime eindredacteuren – we zijn momenteel trouwens op zoek naar een nieuwe collega. We zijn een goed geoliede machine. We redigeren teksten eerst in Word-versie, zodat de lay-outers de hele dag materiaal hebben om mee te werken. Na de opmaak lezen we nog eens na, want pas dan kan je zien of er nog geschrapt moet worden en welke titels er passen bij de beelden.’

Welke veranderingen heb je meegemaakt in jouw twintig jaar in het vak?

‘Aan het begin van mijn loopbaan was ik een levende spelcorrector. Ik werkte met de Van Dale in de hand, want op de spellingscontrole in QuarkXPress viel niet altijd te rekenen. Tot twee jaar geleden had ons team de gewoonte alle artikels uit te printen. Op print zie je veel meer fouten, dacht ik altijd. Toen we tijdens de lockdowns thuis werkten, lazen we enkel na op scherm en ontdekte ik: dat is een mythe.’

‘In een ver *Knack Weekend*-verleden gingen eindredacteuren naast een lay-outer zitten om op het scherm aan te wijzen wat er gewijzigd moest worden. Nu werken we met twee computers om na te lezen, een voor Cue Print, waarop de ruwe teksten worden ingeladen, en een voor InDesign. Wijzigingen voeren we zelf door. Sinds een paar maanden zetten we daarnaast een aantal teksten uit *Knack Weekend* klaar in de backend van de website, voor publicatie online. We bedenken nieuwe titels bij de stukken, die meer geschikt zijn voor het web. Die titels zijn vaak minder poëtisch

dan voor print en meer gericht op clicks, maar ik vind het belangrijk toch niet te veel sensatie op te zoeken.’

Je bent eindverantwoordelijk voor de teksten die naar de lezer gaan.

‘Journalisten hebben vaak een zekere gevoeligheid voor wat er met hun tekst gebeurt. Begrijpelijk: de tekst is je kindje en ineens gaat een ander ervoor zorgen. Als eindredacteur moet je daarom een vertrouwensband opbouwen met de journalisten. Je kan dat doen door veranderingen eerst voor te leggen, of journalisten te vragen of ze zelf willen schrappen als dat nodig is. Het is onze taak om journalisten te behoeden voor fouten; als eindredacteur moet je dan ook zo geconcentreerd mogelijk werken. Als ik thuis werk, kan ik tijdens een middagdip even gaan wandelen om mijn hoofd leeg te maken. Op de redactie gaat dat niet. Daarom heb ik heel lang een Cola Zero-verslaving gehad (*lacht*).’

‘Op het moment dat je denkt dat je zonder fouten bent of lui wordt, moet je oppassen. Je mag er bijvoorbeeld nooit van uitgaan dat de honderdste tekst die je van een ervaren journalist leest foutenvrij zal zijn, omdat de vorige 99 artikels dat waren. Ook in de teksten van iemand die heel nauwkeurig is moet je checken of alle namen goed gespeld zijn, want zo’n fout zit in een klein hoekje en kan een grote weerslag hebben op de tekst. Ik wil trouwens nog altijd onder een steen kruipen als ik denk aan die keer dat we aan twee nummers tegelijk werkten ... en ik per ongeluk een item uit het latere nummer op de cover zette van het nummer ervoor. Ik ontdekte dat pas na publicatie. Toen heb ik echt even een

breakdown gehad – dat was een serieuze wake-upcall.’

Hoe zou je liefst willen dat journalisten samenwerken met eindredacteuren?

‘Journalisten die openstaan voor feedback, kunnen heel wat leren van hun eindredacteuren. Zo hebben we een jonge, getalenteerde journalist van wie we echt ‘tot het gaatje’ mogen gaan bij het redigeren van zijn teksten. Hij wil heel graag groeien als schrijver en het is fantastisch om te zien hoe hij feedback ter harte neemt en alleen maar beter wordt. Ik sta er overigens van te kijken hoe vaak stagiairs, die toch journalistiek studeren, taalfouten maken. Ik raad beginnende journalisten aan om goed te leren spellen; je kan je daarmee echt onderscheiden.’

Wat maakt een tekst goed?

‘Een tekst die je meteen wil lezen, die je niet opzij legt om nog snel een klusje te doen. Een stuk met persoonlijkheid, maar zonder te veel ego. Je moet trouwens ook niet te creatief willen zijn. Danny Ilegems zei vroeger op de redactie van *Goedele*: ‘We kunnen lezers vermoeden met al onze vondstjes in de tussenkoppen.’ Ik vind dat dat geldt voor teksten in het algemeen: doseer die vondstjes maar wat (*lacht*).’

Kan je de eindredacteur in jezelf ooit uitschakelen?

‘Ik heb een vaste column in *Knack Weekend* en zelfs tijdens het schrijven van dat relatief korte stukje voer ik een constante strijd om de kritische stem in mijn hoofd weg te meppen. Ik zou heel graag boeken schrijven, maar ik weet niet of dat kan op deze manier. Als je elke vijf minuten alles herschrijft, zoals ik doe, kom je nooit vooruit (*lacht*).’



‘Vanuit helikopterview maak je een programma met variatie’

Stijn Verhaaren is eindredacteur bij VRT NWS laat

Als eindredacteur bepaal je welke onderwerpen aan bod komen bij *Laat*, de laatste nieuwsuitzending van de dag. Hoe ga je tewerk?

‘Het voordeel van de laatste zijn is dat *Laat* verhalen kan oppakken die bij andere nieuwsuitzendingen onder de waterlijn blijven. Denk aan interessant wetenschaps- of buitenlandnieuws. Ook kunnen we bij sommige nieuwsfeiten extra duiding geven. Om 11.00 uur overleg ik met de reporter om te bekijken welke reportage we willen maken. Om 13.30 uur komen de redacteurs, regisseur en het anker van *Laat* samen om te bepalen hoe de uitzending eruit gaat zien. Op een wit bord noteren en rangschikken we ideeën, heel ambachtelijk dus (*lacht*). Ik probeer altijd te streven naar een ‘*Moh seg*’-moment: actuele inhoud die de kijker verbaast en aan het scherm gekluisterd houdt. Als je met een open blik naar de wereld kijkt, vind je elke dag zulke verhalen.’

Het klinkt alsof je heel wat overlegmomenten hebt.

‘Ik heb bijna elk uur van de dag een meeting, met de redactie van *Laat* of met de coördinatoren van de themaredacties van *VRT NWS* en de hoofdredacteur van de dag. Die vele overlegmomenten zijn nodig: we zijn een heel grote nieuwsvloer en moeten verhinderen dat verschillende programma’s hetzelfde doen. Voordat die overlegstructuur er was, kwam het weleens voor dat een expert op één dag door vier verschillende collega’s werd gebeld!’

‘In wekelijkse planningsmeetings met alle eindredacteurs en ankers van de journaals proberen we ook vooruit te plannen. Je kan de actualiteit niet voorspellen, maar er

zijn zaken die wij zelf in de hand hebben: denk aan *scoops* of bijdragen van VRT-journalisten in het buitenland. Aan het begin van de week verdelen we die over de uitzendingen.’

Hoe kies je de gasten uit voor *Laat*?

‘Zodra een thema vastligt, beginnen we rond te bellen naar mogelijke gasten. Vaak vragen we VRT-deskundigen om plaats te nemen in de zetel, want zij hebben de gave om complexe onderwerpen *to the point* uit te leggen. Tegelijkertijd lanceren we nieuwe gezichten en hebben we aandacht voor diversiteit. Het kan soms tot 19 uur duren voordat we een goede gast gevonden hebben die beschikbaar is. Sommigen moeten snel een babysit regelen, anderen komen vanuit een uithoek van het land naar de studio – en rijden ‘s nachts nog terug naar huis, op een weekdag. Het is fantastisch dat mensen bereid zijn om dat te doen.’

Heb je stress als er laat op de dag nog dingen op hun plek moeten vallen?

‘Gelukkig is er veel dat al uitgewerkt wordt terwijl we naar gasten zoeken. Een redacteur en monteur maken de *bumpers*, dat zijn montages met een drietal beeldonderwerpen over het nieuws van de dag. Die redacteur maakt ook bijdragen voor de website van *VRT NWS* over de inhoud van *Laat*. Daarnaast wordt er doorlopend gewerkt aan het schermverhaal door een redacteur en een graficus: een onderwerp dat het nieuwsanker uitlegt aan het scherm, met behulp van foto’s en grafische elementen. Ik werk nauw samen met de regisseur, redacteurs en het anker om te zorgen dat de items op een aansprekende manier opgebouwd worden en op tijd af

zijn. Soms denk ik wel eens: dit gaat de eerste dag zijn zonder journaal, en toch lukt het altijd.’

Welke vaardigheden heb je nodig voor deze job?

‘Je moet openstaan voor de input van anderen, want zelfs de meest onrealistische ideeën kunnen het startpunt zijn van een verhaal. Ik heb graag dat journalisten en redacteurs hun voorstellen bij mij komen bepleiten, want de beste inhoud wordt geboren uit goesting. De job vraagt ook flexibiliteit. Soms kunnen we niet anders dan een onderwerp laten vallen, bijvoorbeeld omdat een gast toch niet kan komen. Dan valt er plots een gat van acht minuten in de uitzending en moeten we snel weer allemaal rond de tafel komen. Als eindredacteur moet je altijd een plan B of C klaar hebben, maar ook zo lang mogelijk aan plan A durven vasthouden.’

Tot 2007 was je algemeen verslaggever en journalist op de nieuwsdienst van VRT. Beïnvloedt die ervaring je kijk op eindredactie?

‘Ik weet hoe het is om in het veld te staan, dat is een grote plus in mijn huidige werk. De journalisten op het terrein zijn de ogen en oren van *VRT NWS* – ik besef dat ik naar hen moet luisteren en vertrouwen op hun inschattingen. Ik ben geleidelijk aan als eindredacteur gaan werken, want eerst wilde ik liefst interviews en reportagewerk doen. Nu zie ik dat eindredactie evenveel creativiteit vraagt en minstens zo uitdagend is. Vanuit helikopterview maak je een programma met variatie en een spanningsboog en speel je met alle formats die daartoe bijdragen. Het maken van zo’n totaalproduct is heel plezierig.’



'Je werkt met het bloed, zweet en de tranen van de reporter'

Stijn Demarbaix is eindredacteur bij *Het Nieuwsblad*

Je bent gestart als eindredacteur in volle lockdown.

'Klopt. Dit is mijn eerste job, ik ben in september 2020 begonnen. Midden in de pandemie ingewerkt worden bleek wel voordelen te hebben: ik kon in alle rust opgeleid worden op een bijna lege redactie. Nu draait die op volle toeren en inmiddels ben ik helemaal gewend aan de drukte.'

Hoe zien je werkdagen eruit?

'De shifts voor online lopen tijdens de kantooruren, voor print starten ze meestal om 14.30 uur en eindigen ze om 22.30 uur. Er blijft altijd een eindredacteur langer, om bij belangrijke ontwikkelingen tot het laatst te kunnen aanpassen. Ik heb mijn leefritme aangepast aan mijn werkuren. Ik blijf 's ochtends lang liggen; het helpt dat ik geen ochtendmens ben. Tegen alle clichés in ben ik ook geen grote koffiedrinker. Ik let er wel op dat ik op tijd eet, want ik durf dat met het oog op de deadline wel eens te vergeten en mijn concentratie daalt als ik honger heb (*lacht*).'

Je werkt meestal voor print en af en toe voor online. Hoe zit dat?

'We zijn met een tiental eindredacteurs en werken met een doorschuifstelsel. Dagelijks werken vijf eindredacteurs voor de krant en één voor de website. Maar ook de eindredacteurs voor print werken *digital first*, en lezen dus eerst de online versie na zodat die op punt staat. Het *online publishing team* houdt zich bezig met de manier waarop de artikelen op de website verschijnen en staat in nauw contact met de eindredacteur van dienst. We hebben een chatgroep waarin er gebrainstormd wordt over titels van artikelen. Die zijn online anders dan voor print.'

Hoe ziet de workflow voor de krant eruit?

'Elke dag word ik gekoppeld aan een lay-outer. Zodra ik weet waarover een stuk gaat, bedenk ik titels en zoeken we — indien nodig — samen naar beeldmateriaal. Als de tekst er is, keer ik die binnenstebuiten: is alles correct en duidelijk genoeg verwoord, moet er geschoven of ingekort worden? Als ik de tekst afgewerkt heb, gaat de lay-outer ermee aan de slag. De finale pagina wordt geprint en op papier nagelezen. De chef leest alles nog eens na. Daarna gaat de krant naar de drukker. Na de deadline van 22.00 uur leest elke eindredacteur nog eens de pagina's na van een collega, om er met een frisse blik de laatste, eventuele fouten uit te halen.'

Hoe ga je om met wijzigingen in teksten?

'Idealiter licht ik de reporter in. Je moet altijd in het oog houden dat je met hun bloed, zweet en tranen werkt. Zeker in het begin voelt het vreemd als je als groentje aan de stukken zit van mensen die al jaren schrijven. Dan is enige reserve op zijn plaats (*lacht*).'

Werken jullie met AI?

'Mijn neefje dacht dat ik een speciaal toetsenbord zou hebben waarmee je geen fouten typt — hij was teleurgesteld toen hij me een keer thuis zag werken (*lacht*). Eindredactie is voorsnog niet *high tech*: je bent vooral aangewezen op je eigen brein. Het programma waarin we werken heeft een spellingchecker, maar het blijft zaak elk woord zelf te bekijken. Soms gebruik ik online tools en schrijfwijzers. Denk aan combinatiewoordenboeken, die helpen om te associëren, of tools die woorden voorstellen die beginnen of eindigen met

een bepaalde klank. Dat kan helpen om een toffe titel te formuleren.'

Welke fouten komen vaak terug in teksten?

'De spelling van persoonsnamen blijft verraderlijk. Hetzelfde geldt voor namen van instanties en of die nu wel of niet met hoofdletter geschreven worden. Een absolute klassieker is "terug" waar het "opnieuw" moet zijn.'

Welke vaardigheden heb je nodig voor deze job?

'In dit vak moet je zo snel mogelijk zo perfect mogelijk werken. Natuurlijk moet je de Nederlandse taal goed beheersen en de opbouw van teksten begrijpen, maar interpersoonlijke skills zijn minstens zo belangrijk. Je moet aanvoelen hoe je reporters benadert over hun werk zonder hen tegen de borst te stoten.'

Moet je een heel brede kennis hebben om eindredactie te doen voor *Het Nieuwsblad*?

'Die variatie is het leuke aan dit werk: ik lees alles na, van crimi over politiek tot showbizz. Alleen sport doe ik zelden, dat is een aparte redactie met eigen lay-outers en eindredacteurs. Vakkennis doe je gaandeweg op, door dag in dag uit met het nieuws bezig te zijn. Bij ingewikkelde onderwerpen, zoals het stikstofakkoord, lees ik me eerst goed in. Tegelijkertijd mag je als eindredacteur ook niet te veel expert zijn, want de gemiddelde lezer is dat ook niet. Als ik merk dat ik moeite heb iets te begrijpen, dan moet er een alarmpje afgaan. Waarschijnlijk heeft de lezer hetzelfde probleem — en die kan niet even aan de reporter vragen hoe het zit.'

OPENBAARHEID VAN BESTUUR

Kat-en-muisspel met de burger blijft duren

30 jaar geleden verankerde België het recht op openbaarheid van bestuur in de grondwet. Pionieren deed ons land niet, maar de shift naar meer transparantie was deugddoend. Verouderde regelgeving en almaar meer uitzonderingen bedreigen die oorspronkelijke spirit. Ook het recente wetsontwerp van minister van Binnenlandse Zaken Annelies Verlinden (CD&V) versterkt de bestaande bezorgdheden veeleer dan dat het ze wegneemt.

CHARLOTTE MICHILS

Whatsapp-berichten of mails opvragen te midden van een politieke crisis? Het is in Vlaanderen een pak minder evident geworden. Met de boeg van het schip in volle PFOS-storm voerde de Vlaamse Regering een nieuwe uitzondering op bestuurlijke transparantie in. Sindsdien kan 'interne communicatie' afgeschermd worden als openbaarmaking afbreuk doet aan een intern besluitvormingsproces en het openbaarheidsbelang niet doorweegt. Dat bevestigde recent ook het Grondwettelijk Hof.

Het Vlaams manoeuvre is de federale overheid niet ontgaan. Het resultaat: een wetsontwerp dat liefst twee nieuwe uitzonderingen invoert, waarvan er één verdacht veel weg heeft van de nieuwe Vlaamse uitzondering. Zo moet volgens het wetsontwerp bepaalde info met betrekking tot 'de uitvoering van een beleidsstrategie' vertrouwelijk kunnen blijven.

Bedenk even: tijdens de saga rond de WhatsApp-berichten van premier De Croo over het ontslag van staatssecretaris De Bleeker (Open Vld) moet deze reddingsboei een gouden randje gekregen hebben.

GOEDE OPVOLGING MEER DAN OOI BELANGRIJK

De contouren van de Vlaamse uitzondering 'interne communicatie' zijn vaag. De verleiding om alle mogelijke documenten *as such* te gaan bestempelen, is niet onbestaande. Dat geldt des te meer daar het de overheid zelf is die de openbaarheidsverzoeken beantwoordt. Nu de uitzondering standhoudt voor het Grondwettelijk Hof, is goede opvolging meer dan ooit belangrijk. Toegegeven, wie wil nu zonder knarsetanden info vrijgeven die zichzelf in een lastig parket kan brengen? En toch, zonder de info die er werkelijk toe doet is echte burgerparticipatie niet mogelijk. En daar was het de grondwetgever toch net om te doen, of niet soms?

Vraag die blijft hangen: wat moet er vandaag de dag zo dringend afgeschermd worden dat men er een uitzondering uit het twintig jaar oude Verdrag van Aarhus voor van stal haalt?

Dat al te gretig gebruik van de weigeringsgrond geen theoretische bezorgdheid is, bevestigt het onderzoek van *Apache*. In 2021 (de uitzondering werd medio 2021 ingevoerd) en 2022 trokken aanvragers twaalf respectievelijk negentien keer naar de Vlaamse Beroepsinstantie na een weigeringsbeslissing waarbij de nieuwe uitzondering werd ingeroepen. In bijna de

helft van de gevallen gebeurde er geen correcte belangenafweging, in zes andere dossiers werd de uitzondering onterecht ingeroepen. Deze cijfers betreffen bovendien enkel de beroepen, niet iedereen stapt uiteraard naar de Beroepsinstantie. In werkelijkheid ligt het aantal weigeringsbeslissingen wellicht dus nog (veel) hoger.

GEDEELTELIJKE VRIJGAVE EN ANONIMISERING

Nederlands advocaat en oprichter van het *Nederlands Kenniscentrum Open Overheid* Cornelis van der Sluis haalt de schouders op: 'We kennen in Nederland als sinds 1980 een gelijkaardige uitzondering, het gaat om 'persoonlijke beleidsopvattingen in documenten die zijn opgesteld ten behoeve van intern beraad'. Die uitzondering moet ambtenaren toelaten om in alle vrijheid te overleggen en adviseren. Van der Sluis vervolgt: 'De uitzondering wordt sinds de kinderopvangtoeslagenaffaire wel anders getoetst en heeft ook een andere invulling gekregen in de opvolger van de Wet openbaarheid van bestuur, de Wet open overheid die per 1 mei vorig jaar in werking is'. Universitair Hoofddoцент Bestuursrecht van de Universiteit Leiden Annemarie Drahmman vermeldt concreet twee correctiemechanismes die



© collage Revista

spelen wanneer de uitzondering wordt ingeroepen. Ten eerste is de uitzondering geen vrijbrief om het hele document verborgen te houden: enkel de persoonlijke beleidsopvatting wordt onttrokken aan de openbaarheid. Daarenboven kan er beslist worden om ook die info vrij te geven, maar dan na anonimisering (lees: schrapping naam ambtenaren). Een snelle check leert dat beide mechanismen – gedeeltelijke vrijgave en anonimisering – ook worden toegepast door de Vlaamse Beroepsinstantie als het gaat over de nieuwe uitzondering.

FEDERAAL WETSONTWERP: GEEN MAKE-OVER

Zoals gezegd sleutelt ook de federale wetgever aan de wet van 1994 die de toegang regelt tot algemene overheidsinfo.

Dat is niks te vroeg. De VVJ – in tandem met experts en het middenveld – legde eerder deze legislatuur een nota met verbeterpunten voor aan de minister van Binnenlandse Zaken. Suggesties voor een betere wetgeving, maar ook voor hands-on communicatie en vorming over openbaarheid van bestuur voor het overheidspersoneel. Op wetgevend vlak zijn er meerdere werven: zo vallen bepaalde overheden nog niet onder de openbaarheidsregeling, haperen de procedures (in eerste aanleg en in beroep), is het beroepsorgaan slechts adviserend en zetten de uitzonderingen ook hier weer een belangrijke rem op de openbaarheid.

Spoiler alert: het wetsontwerp heeft niet de ambitie om dit alles te remediëren. In beeldspraak: er wordt een deur opengezet maar een venster gesloten, de ramen worden

gelapt, en er komt een deurslot bij. Of nog: de lacunes op personeel vlak worden weggewerkt door de wet van '94 toepasselijk te maken op de provincies en gemeentes, de instellingen van openbaar nut, de meergemeentepolitiezones, de hulpverleningszones alsook de ministeriële kabinetten en de kabinetten van de staatssecretarissen. Tegelijk haast men zich te zeggen dat 'bepaalde informatie met betrekking tot de uitvoering van een beleidsstrategie vertrouwelijk moet kunnen blijven'.

Concreet gaat het dan om documenten die uitgewisseld worden tussen een minister of staatssecretaris, kabinetsleden, de administratie en een politieke partij. Daar wordt nog een tweede uitzondering op gestapeld: voortaan kunnen overheden weigeren om info gerelateerd aan een burger- of administratiefrechtelijke procedure vrij te geven als dit de procedure zou schaden. Tot hier het slechte nieuws. Positief is dat overheden voortaan moeten preciseren waarom een verzoek 'kennelijk te vaag' zou zijn (een weigeringsgrond in de huidige wet).

Daarnaast zijn overheden verplicht om aan te geven waar bepaalde info – als dit aan de orde is – wordt weggelaten. Tot slot lijst het wetsontwerp enkele musts op voor betere proactieve communicatie. Proactieve communicatie of actieve openbaarheid van bestuur kan immers al een deel van de bezorgdheid bij de burger wegnemen en openbaarheidsverzoeken overbodig maken. Er is dus een belangrijke koppeling tussen proactieve communicatie en passieve openbaarheid van bestuur.

Met dit wetsontwerp geeft de wetgever gehoor aan de aanbevelingen van *Group of States against Corruption* (GRECO), een organisatie in de Raad van Europa die strijdt tegen corruptie. Een make-over behoort niet tot de ambities, het wetsontwerp zegt dat ook met zoveel woorden. Erger nog: met twee nieuwe uitzonderingen stevent de federale openbaarheid op een nieuw dieptepunt af.

Bierpassie

- Oplage: 10.000 (Nederlands- en Franstalige edities samen)
- Frequentie: driemaandelijks
- Hoofredacteur: Ben Vinken
- Drietal freelancers, bierauteur-brouwer
- www.beerpassion.com



Genieten van bier én papier

Bierpassie gaat zijn honderdste nummer tegemoet als gespecialiseerd blad voor de liefhebber van Belgische bieren. Het driekoppige redactieteam tekent, met zowat 150 jaar opgetelde ervaring, voor uitgewerkte dossiers, diepte-interviews en fotografie.

GEERT VAN LIERDE

Als uitgever van Michael Jacksons boek *De grote Belgische bieren*, kreeg Ben Vinken in 1998 de vraag of hij een biermagazine wou uitgeven. Aanvankelijk was dat nog met een externe partner, maar na drie nummers besloot Vinken om *Bierpassie* zelf uit te geven. ‘Het was het eerste volwaardige biermagazine dat zich tot brouwers en bierliefhebbers richt’, vertelt hij. ‘De verspreiding gebeurt via abonnees, krantenwinkels en drankenhandelaars. Terwijl andere magazines het vaak na één of twee nummers voor bekeken hielden, is *Bierpassie* weldra toe aan zijn honderdste nummer.’

PASSIE EN ERVARING

Volgens Vinken dankt *Bierpassie* zijn

succes aan zijn kwaliteitsvolle journalistiek. ‘We gaan zelf op reportage, proeven alle bieren zelf. Wij nemen geen persberichten of reportages over. Alle artikelen worden zelf geschreven, aan dossiers gaat vaak aardig wat research vooraf en dat maakt het resultaat bijzonder leeswaardig.’ Het redactieteam telt een drietal freelance-

‘Opmerkelijk: ook na honderd nummers blijft Bierpassie een printmagazine’

journalisten. Samengeteld beschikken zij over ruim 150 jaar aan kennis en ervaring. Daarbovenop komt nog de inbreng van enkele columnisten en van een fotograaf. ‘Iemand die weet hoe hij bier moet fotograferen’, verduidelijkt Vinken. ‘Omdat wij driemaandelijks verschijnen, volgen we de actualiteit natuurlijk iets minder op de voet. Wel kiezen we voor diepte-interviews en beschouwende artikelen over bierstijlen, ingrediënten en de biercultuur in al zijn facetten. We focussen verder op *beer-and-food-pairing* of

beer-and-cheese-pairing, twee concepten die ik als biersommelier heb gelanceerd en waarover we blijven berichten aan de hand van uiteenlopende testimonials.’

GOESTING GEVEN

‘De inhoudelijke kwaliteit die we brengen, wordt geaccentueerd door de stijlvolle publicatie. Zo gebruiken we een papiertype dat doorgaans wordt gereserveerd voor kunstuitgaven. Ook de advertenties proberen we in lijn te brengen met de uitstraling die we beogen. De passie en de appetijt voor bier moeten ervan afstralen. Teksten en foto’s moeten *goesting* geven om de voorgestelde bieren te gaan proeven. Dat kost geld en moeite, maar het is het DNA van ons blad.’

Opmerkelijk: ook na honderd nummers blijft *Bierpassie* een printmagazine. Ben Vinken: ‘Voor dit concept van artikelen en reportages leeft online minder binnen de beoogde doelgroep. *Bierpassie* is een blad om telkens weer ter hand te nemen, te doorbladeren en te lezen op een terras of voor een haardvuur met een goed glas bier binnen handbereik. Je geniet van het magazine én van het bier. Wij streven ernaar om, door middel van artikelen en foto’s, van elk glas bier een feest te maken.’

Hoe veilig manifestaties te verslaan

Zowat twintig journalisten en ongeveer evenveel Brusselse politieagenten keken elkaar in het stadhuis van Brussel onlangs recht in de ogen. De inzet: hoe met elkaar omgaan bij woelige manifestaties in de hoofdstad? Een fenomeen dat er allerminst onbekend is in tijden van boerenprotest, extreemrechtse agitatie en andere maatschappelijke onvrede. De gedachte-wisseling leidde tot enkele vruchtbare aanbevelingen voor de toekomst.

POL DELTOUR

CONTACTEER DE PERSDIENST VAN POLITIEZONE BRUSSEL

- » Neem met de redactie vooraf contact op met de persdienst van de politiezone Brussel Hoofdstad Elsene om het risiconiveau van een evenement in te schatten.
 - » Perslijn Politie Brussel op 02 279 85 85 of zpz.polbru.celcom@police.belgium.eu
 - » Communicatiehoofd Ilse Van De Keere op Ilse.VanDeKeere@police.belgium.eu

BRENG DE GEVAREN IN KAART

- » Maak een risicoanalyse en probeer in te schatten hoe groot de gevaren kunnen zijn. Bereid vluchtroutes voor.
- » Let op voor vuurwerkpijlen, die soms zeer gericht worden afgevuurd. Neem afstand en schop ze zeker niet weg met je voet.
- » Bij traangas: maskers hebben niet veel zin, want die komen doorgaans te laat. Wel nuttig: decontaminatiespray.

KOM NIET ALLEEN

- » Wees met twee of drie mensen. Jonge journalisten worden best begeleid door meer ervaren collega's.

SPREEK DE OFFICIER EN POLITIEMENSEN AAN

- » Neem bij aankomst contact op met de verantwoordelijke officier van dienst. De officier is herkenbaar aan twee radio's, een helm met strips in rode kleur en gouden kroontjes op het uniform. Een onderofficier is herkenbaar aan een helm met groene strips en zilveren kroontjes op het uniform.
- » Maak je vooraf al kenbaar aan andere politiemensen op het terrein.

BRENG JE (OFFICIËLE) PERSKAART MEE

- » De politie wil de reguliere pers zeker haar werk laten doen, maar hou er rekening mee dat ze in het heetst van de strijd soms maar moeilijk perskaarten kan verifiëren.

- » De politie beseft ook dat een journalist zijn of haar perskaart liever niet ostentatief toont.

Er wordt nog bekeken of politie en pers vooraf een duidelijk, goed zichtbaar herkenningsteken kunnen afspreken voor journalisten tijdens een risico-manifestatie. Denk aan een pet met een bepaalde kleur of een codewoord. Dat kan de herkenning bevorderen als het snel moet gaan. Eventueel kunnen voor de pers bepaalde gereserveerde zones worden afgesproken, waar ze haar werk kan doen.

WEES VOORZICHTIG MET EIGEN SECURITY

- » Zelf een beveiligingsploeg meebrengen, is niet altijd het beste idee. Betogers kunnen die mensen beschouwen als politie, omgekeerd kan de politie die zien als manifestanten. Het beste is dat securitymensen zich duidelijk identificeren als privébeveiliging, met kledij van hun firma.

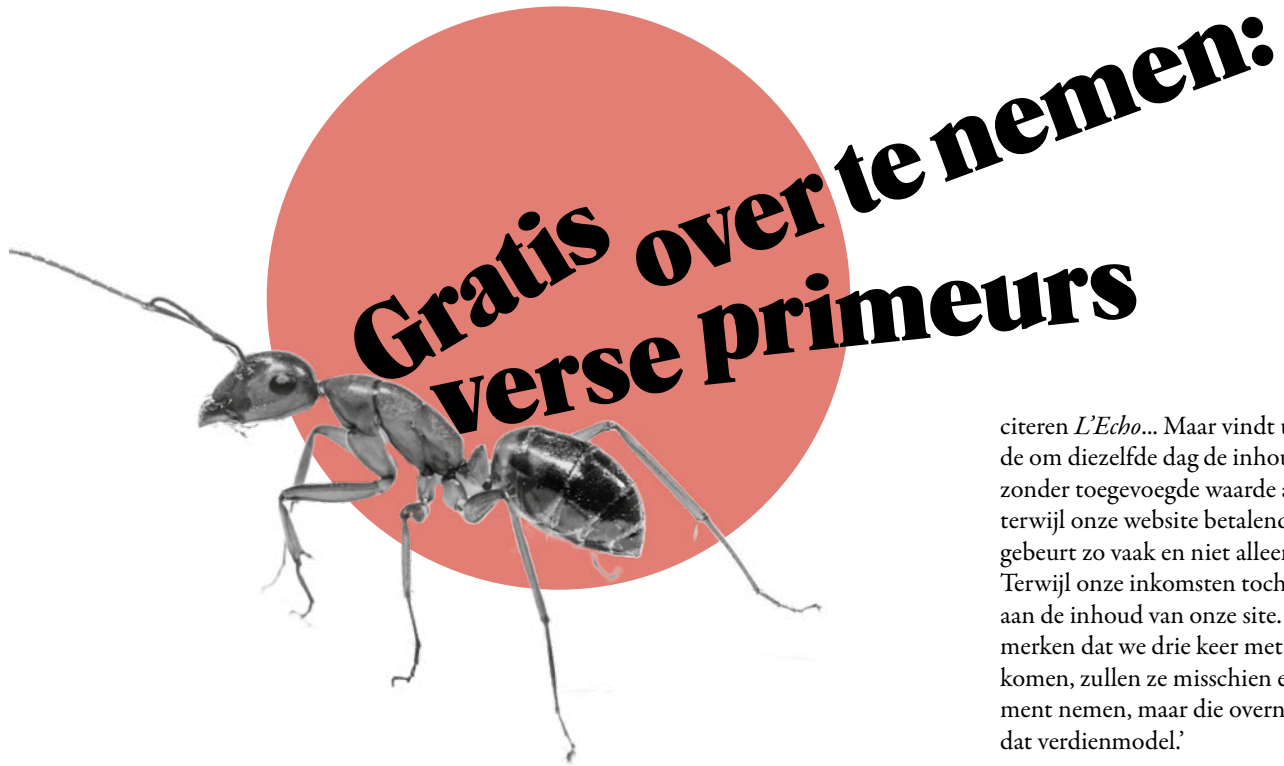
KEN ARTIKEL 35 VAN DE WET OP HET POLITIEAMBT

- » Volgens dat artikel mogen politiemensen 'van hun vrijheid benomen personen, buiten noodzaak, niet aan publieke nieuwsgierigheid blootstellen. Zij mogen die personen zonder hun instemming niet onderwerpen of laten onderwerpen aan vragen of beeldopnamen gemaakt door journalisten of derden die vreemd zijn aan hun zaak.'

RESPECTEER DE BEELDRECHTEN VAN ORDEHANDHAVERS

- » Sommige agenten komen niet graag zelf in beeld (voor hun veiligheid).
- » Anderzijds hebben politiemensen volgens de rechtspraak niet het recht om camera's af te nemen van beeldjournalisten of hen te dwingen die beelden te wissen. Overleg met elkaar bij onenigheid.

BIJ PROBLEMEN: CONTACTEER DE POLITIE!



Artikels waar soms dagen aan gewerkt is, staan een uur later al bij de concurrentie. Loont het nog om primeurs na te jagen? Wanneer is er sprake van plagiaat? En hoe ver mogen AI-bots gaan in het oogsten van jouw tekst?

BRAM VAN RENTERGHEM

‘Mooie *scoop* van mijn jonge collega over het akkoord over de Gentse stadslidst. Jammer dat sommige ervaren collega’s zich in duizend bochten wringen om haar de bronvermelding niet te gunnen. Maar ook dat is iets waaraan je gewoon wordt in deze stiel.’ Dat postte politiek commentator Bart Eeckhout (*De Morgen*) op Twitter op 8 maart.

Elke dag worden artikels van collega-journalisten overgenomen en dat gebeurt niet altijd correct. ‘Terwijl er geen enkele lezer zijn abonnement zal opzeggen omdat iets eerst in *De Standaard* stond en niet in *De Morgen*, of omgekeerd’, reageert Eeckhout nog. ‘Daarom stoort dat me zo, ook hier in eigen huis.’

Als de bron wel wordt vermeld, is het dan helemaal prima?

‘Nee’, zegt Pauline Deglume. Als journaliste van *L’Echo* merkte ze begin dit jaar dat de gratis nieuwszender en -website BX1 quasi integraal een stuk over Brusselse dropzones voor deelsteps van haar had overgenomen. ‘Ik heb daarvoor verschillende mandatarissen gesproken, tijdens de vakantie is dat een werk van meerdere dagen’, reageerde ze op Twitter. ‘Oké, ze

citeren *L’Echo*... Maar vindt u dat voldoende om diezelfde dag de inhoud gratis en zonder toegevoegde waarde aan te bieden, terwijl onze website betalend is? Het gebeurt zo vaak en niet alleen bij BX1. Terwijl onze inkomsten toch gelinkt zijn aan de inhoud van onze site. Als lezers merken dat we drie keer met een primeur komen, zullen ze misschien een abonnement nemen, maar die overnames breken dat verdienmodel.’

PLAGIAAT

De plooiën tussen BX1 en *L’Echo* zijn intussen weer gladgestreken, maar heeft Deglume een punt? Deontologisch wel. De *Conseil de Déontologie Journalistique* (CDJ) zegt dat de journalist de oorspronkelijke bron moet vermelden én een persoonlijke bijdrage moet leveren. Dat is ook zo aan Vlaamse kant. De krantenuitgevers hebben daartoe in 2013 een charter ondertekend, ondersteund door de VRT. Volgens dat charter heeft een nieuwsbericht een belangrijke economische waarde. Het zonder meer overnemen van nieuwsberichten is ook strijdig met artikel 18 van de Code van de Raad voor de Journalistiek: het verbod op plagiaat. Om nieuwsberichten te hergebruiken, moet de journalist (1) de bron correct vermelden en (2) substantiële waarde toevoegen door een eigen creatieve inbreng op het vlak van duiding, weergave van extra feiten of achtergrond of invalshoek. Deontologisch is het dus *not done*. Maar ook wettelijk mag zo’n (quasi-)letterlijke overname niet. Het auteursrecht verbiedt het zonder toestemming kopiëren van een ‘oorspronkelijke uitdrukking’. Informatie, ideeën of citaten vallen daar niet onder, die

zijn vrij. Langere combinaties van woorden en zinnen, de structuur van een tekst of de manier waarop het verhaal verteld wordt, zijn wel beschermd.

Toch leiden de talloze overnames door journalisten zelden tot procedures bij bijvoorbeeld License2publish, de beheersvennootschap die het hergebruik controleert voor de krantenuitgevers. ‘Wij behandelen inderdaad vooral overnames door Facebookpagina’s, websites, enzovoort’, zegt Peter Blomme, directeur van License2publish. ‘Voor incorrect hergebruik door andere media moeten we niet vaak tussenkomen. Indien dat wel gebeurt, sturen we een aangetekende brief, waarbij we het charter aanhalen. Daaraan wordt praktisch altijd gehoor gegeven.’ Ook bij de Raad voor de Journalistiek zijn er op twintig jaar tijd maar vijf klachten ingediend voor plagiaat.

GELD

In realiteit volstaat een telefoontje van journalist tot journalist vaak om de bron alsnog vermeld te zien. Toch blijven incorrecte overnames schering en inslag. Heeft Deglume dan geen punt als ze zegt dat het verdienmodel daardoor in het gedrang komt? Waarom zou je journalisten nog een week laten zwoegen op een primeur als die een uur na publicatie ook overal elders staat? Kun je, kortom, nog geld verdienen met scoops? ‘Dat is sowieso overtrokken’, zegt Bart Eeckhout. ‘Dankzij digitale data weten we welke artikels nieuwe abonnees trekken en dat blijken zelden primeurs. Vaker zijn het verhalen die lezers raken of duiding geven bij grote gebeurtenissen, zoals de Oekraïne-crisis.’

‘Ik denk dat we met primeurs nooit geld verdienen’, treedt Karel Verhoeven, hoofdredacteur van *De Standaard*, hem bij. ‘Je wil snel zijn en voorop lopen. Maar groot nieuws kan, mag en wil je ook niet voor jezelf houden.’

‘Wel is het soort primeur veranderd’, gaat Verhoeven verder. ‘Jarenlang hebben we geopend met ‘meer dit’, of ‘minder dat’, maar cijfers, kleine feiten of uitspraken zijn geen interessante primeurs meer. Nu zetten

‘Waarom zou je journalisten een week laten werken aan een scoop die een uur later overal staat?’

we veeleer in op onderzoek, waarvan de bevindingen nieuws opleveren. Zoals ons stuk over de Russische diamanten. Of *De Onderwijzer* van onze collega’s van *Het Nieuwsblad*, een tool waarmee je scholen uit je buurt kunt vergelijken. Dat is een nieuw soort primeur. Daaruit kunnen wel elementen overgenomen worden, maar om alles mee te hebben, moet je naar de oorspronkelijke bron.’

CHATGPT

Nog volgens Verhoeven is de overname door collega’s momenteel niet de grootste zorg, wel die door Artificiële Intelligentie (AI)-toepassingen, zoals ChatGPT. ‘Als je iets opzoekt via die kanalen, krijg je een

antwoord dat op jouw journalistiek werk gebaseerd is, maar waarin je hoogstens nog een voetnoot bent. We gaan dan ook een grote rechtendiscussie tegemoet.’

In de Verenigde Staten zijn uitgevers al procedures begonnen tegen software-ontwikkelaars, omdat die hun AI-bots hebben laten oefenen op hun materiaal zonder toestemming.

In België zijn er voor zover bekend nog geen klachten tegen ChatGPT of aanverwanten. Dat zou ook niet makkelijk zijn. Op het eerste gezicht schendt ChatGPT het auteursrecht niet. ‘De chatbot vormt zelf zinnen en neemt alleen ideeën over. Auteursrechtelijk is dat geen inbreuk’, zegt professor mediarecht Sari Depreeuw (UCLouvain/Université Saint-Louis-Bruxelles). Aan de inputzijde, dus waar de AI-bot z’n info haalt, is ChatGPT dan weer beschermd door een Europese richtlijn. Die zegt dat hergebruik van auteursrechtelijk beschermde teksten uitzonderlijk wél mag als het dient voor *tekst- en datamining*. ‘En net dat doen AI-roboten om een antwoord te formuleren, iets wat de wetgever niet had zien aankomen’, zegt Depreeuw. ‘Uitgevers hebben wel een opt-out op die uitzondering, maar de technische en praktische modaliteiten staan nog niet op punt daarvoor.’ En dan nog: ChatGPT kan evengoed informatie geput hebben uit een niet-auteursrechtelijke tekst, dat is heel moeilijk na te gaan.

Een ingewikkelde kwestie dus, die bijna doet verlangen naar de tijd toen collega’s van vlees en bloed je artikel onrechtmatig overnamen. En je die op Twitter eens goed hun vet kon geven.

EINDRAPPORT VVOJ MAAKT VERSCHILLEN BEKEND TUSSEN ONDERZOEKSJOURNALISTEN IN NEDERLAND EN VLAANDEREN

Nederlandse onderzoeksjournalisten verdienen meer

Mannen zijn niet alleen oververtegenwoordigd in de onderzoeksjournalistiek, ze verdienen ook meer. Verder valt op dat er binnen redacties steeds meer ruimte is voor onderzoeksjournalistiek, al is er op diezelfde redacties nog steeds een gebrek aan diversiteit. Dat blijkt uit het VVOJ-eindrapport *Onderzoeksjournalistiek in Nederland en Vlaanderen anno 2022*.

ANNICK HUS

Tijdens haar jaarlijkse conferentie in november 2022 presenteerde de VVOJ (Vereniging van Onderzoeksjournalisten) al de tussentijdse resultaten van een online bevraging – waaraan 182 Nederlandse en Vlaamse journalisten deelnamen – en dertig persoonlijke gesprekken. Daaruit bleek dat drie op de vier onderzoeksjournalisten in Vlaanderen en Nederland tegenwerking ervaart van overheden of bedrijven en dat freelancers het moeten stellen met een schamele 28 euro per uur. Een verdere analyse van de resultaten weerspiegelt enkele opmerkelijke verschillen tussen mannen en vrouwen, tussen jongere en meer ervaren onderzoeksjournalisten, en tussen Vlamingen en Nederlanders.

GELD NAAR WERK

Mannen verdienen gemiddeld meer dan vrouwen (2.834 euro vs. 2.692 euro per maand) en Nederlanders meer dan Vlamingen (2.747 euro vs. 2.366 euro). Vooral freelancers ervaren een gebrek aan geld. Zo'n 43 % meent dat er onvoldoende financiële middelen zijn om aan onderzoeksjournalistiek te doen, terwijl dit bij de niet-freelancers zo'n 18 % is.

Drie op de vier freelancers gaan op zoek naar externe financiering, zoals fondsen en beurzen. Vlamingen doen dat vaker dan Nederlanders (55,6 % vs. 44,3 %) en jonge onderzoeksjournalisten (54,4 %) meer dan hun oudere collega's tussen de 35 en 50 jaar (47,8 %) en dan 50-plussers (37,2 %). Het zijn ook de freelancers die meer tijdsdruk ondervinden dan mensen die vast in dienst zijn (37,5 % vs. 30 %). Opvallend is nog dat onderzoeksjournalisten bij de openbare omroep minder in tijdsnood lijken te komen (19,3 %). Een mogelijke verklaring is dat die redacties minder een beroep doen op freelancers dan andere nieuwsmedia (6,5 % vs. 36,7 %).

STATUUT

Vooral jongeren kiezen, al dan niet uit noodzaak, voor het statuut van freelancer. Van de respondenten onder de 35 jaar is 29 % op zelfstandige basis aan de slag, terwijl er dat bij de 35- tot 50-jarigen (21 %) en de 50-plussers (19 %) een pak minder zijn. Ook meer vrouwen dan mannen (27,7 % vs. 19,5 %) werken als zelfstandige. Vaak doen ze dat los van redacties. Hoewel er op nieuwsredacties steeds meer

ruimte is voor onderzoeksjournalisten, zijn het vooral mannen (49,5 % vs. 38,5 %) die deel uitmaken van een aparte onderzoeksredactie of -cel of voor een onderzoeksjournalistiek format werken. Er zijn ook redacties die bewust geen onderzoeks-cel hebben. 'Omdat we ervan uitgaan dat elke journalist dit terrein mag en kan betreden', zegt een respondent, 'en niet enkel een lid van een bepaalde deelredactie of cel binnen de redactie.'

FOCUS

Ook op het vlak van specialisatie zijn er verschillen merkbaar tussen genders en generaties. Mannen omschrijven zich vaker als algemeen onderzoeksjournalist (56 %)

'Het gebrek aan vertrouwen is de grootste bedreiging voor ons vakgebied'

dan vrouwen (40 %), die zich dan weer meer als controlerende (23 % vs. 15 %) en signalerende (23 % vs. 6 %) onderzoeksjournalist beschouwen. Datajournalistiek en factchecken/OSINT blijken een aangelegenheid voor jonge mannen, terwijl algemene onderzoeksjournalisten dan weer vaker tot de categorie 50-plus (65 %) behoren. Vlaamse respondenten omschrijven zich meer dan Nederlanders als algemeen onderzoeks-

journalist (60,7 % vs. 48 %).

Al zijn er ook onderzoeksjournalisten die zich niet als dusdanig beschouwen. ‘Er zijn veel journalisten die zichzelf geen onderzoeksjournalist noemen, maar toch dingen bovenspitten’, merkt een respondent op. ‘Dat is ook de reden waarom ik mezelf niet expliciet onderzoeksjournalist noem, want je creëert daarmee een soort scheidingslijn.’ Nederlandse onderzoeksjournalisten focussen meer op lokale onderzoeksjournalistiek, zo blijkt nog (16 % vs. 7 %). Toch blijft het aanbod in sommige provincies en regio's beduidend laag. Vlamingen hebben opvallend meer oog voor grensoverschrijdende verhalen (51 % vs. 25 %).

JURIDISERING EN CENSUUR

De helft van de Vlamingen (51%) en iets minder Nederlanders (42%) kijken argwanend naar de juridisering. Een kwart van de onderzoeksjournalisten, voornamelijk mannen, kreeg al te maken met een juridische procedure bij een rechtbank. De helft van de respondenten gaf ook aan dat de werkgever of opdrachtgever een klacht ontving. Nog eens een kwart verwees naar klachten bij de vakvereniging voor journalisten of de Raad voor de Journalistiek.

‘Volgens veel mensen zijn wij parasieten, profiteurs en spreekbuizen van het establishment’, aldus een respondent. ‘Ze haten ons al bij voorbaat, dus er is altijd wel iemand te vinden die hen de weg naar een advocaat wijst.’ ‘Het gebrek aan vertrouwen is de grootste bedreiging voor ons vakgebied’, heet het verder. Dat voornamelijk mannen te maken krijgen met het gerecht, komt mogelijk

omdat vrouwen meer aan zelfcensuur doen (32 % vs. 16 %). Ook freelancers doen dat vaker dan niet-freelancers (39,6 % vs. 13,2 %). Het zijn ook die twee groepen die aangeven het gevoel te hebben dat ze worden gecensureerd door hun chef of opdrachtgever.

WERKTEVREDENHEID

Ondanks de soms wat mindere vergoeding en juridisering zijn de meeste onderzoeksjournalisten best tevreden met hun job.

Mannen verdienen meer dan vrouwen, Nederlanders meer dan Vlamingen

Dat geldt zowel voor freelancers als niet-freelancers, mannen als vrouwen, Vlamingen als Nederlanders. Iemand verwoordt het als volgt: ‘Onderzoeksjournalistiek is het mooiste wat er is. Je leeft intens en het vergt veel van een mens, want je moet elke keer opnieuw heel diep kunnen gaan.’ Onderzoeksjournalisten in de leeftijdscategorie 35 tot 50 jaar lijken wel moeilijker een evenwicht te kunnen vinden tussen werk en privé.

AANDACHTSPUNTEN

Hoewel steeds meer vrouwen het onderzoeksjournalistieke pad bewandelen, vertegenwoordigen mannen twee derden van de beroepsgroep. Geen van de

respondenten gaf aan non-binair te zijn. Slechts drie van de 182 respondenten zijn geboren in een ander land dan Nederland of België, onder wie twee in een ander EU-land. 148 deelnemers aan de enquête gaven Nederland als geboorteland op. 29 respondenten zijn in België geboren, wat mogelijk ook een indicatie is dat hier minder onderzoeksjournalisten actief zijn. Zoals al bleek uit de tussentijdse resultaten van het onderzoek, blijft de aanhoudende tegenwerking die onderzoeksjournalisten ondervinden zorgwekkend. Enerzijds zijn er de beledigingen en bedreigingen via sociale media, telefoon en face to face. Anderzijds blijft het opvragen van informatie via de WOB en WOO een uitdaging en zijn dreigingen met juridische procedures of het indienen van klachten niet langer uitzonderlijk.

Onderzoeksjournalistiek in Nederland en Vlaanderen anno 2022 kwam tot stand in samenwerking met Alexander Pleijter (Universiteit Leiden) en Michaël Opgenhaffen (KU Leuven & Universiteit Leiden) en met de steun van de VVJ.

Op donderdag 11 mei wordt het onderzoek voorgesteld bij de Buren (Brussel), waar een panel van experts uit de media en politiek zal reflecteren op de onderzoeksresultaten en inzoomen op de verschillen tussen Nederland en Vlaanderen. Tickets voor het evenement zijn verkrijgbaar via deburen.eu/programma.

Je kan het eindrapport raadplegen op de website van de VVOJ: www.vvoj.org





FOTOGRAAF

CHRISTEL EXELMANS

De consumptie van eikels is op veel plaatsen ter wereld een oeroude traditie. Tegenwoordig wordt die onderschatte superfood opgewaardeerd, weliswaar in nicheprojecten. Dit beeld maakte ik vorig jaar op het Griekse eiland Kea, waar jaarlijks de overvloed aan eikels wordt geoogst. Het initiatief wil de plaatselijke boeren helpen om een verantwoord inkomen te creëren, onder meer door de verkoop van eikeldoppen en producten op basis van eikels.



NIEUWE RICHTLIJN OVER HET GEBRUIK VAN ARTIFICIËLE INTELLIGENTIE

De Raad voor de Journalistiek heeft een nieuwe richtlijn goedgekeurd over het gebruik van artificiële intelligentie (AI) in de journalistiek. Ze gaat in op de verantwoordelijkheid van de (hoofd)redactie en de transparantie naar het publiek bij het gebruik van AI, zowel bij de productie van artikels als bij de verspreiding ervan. Tegelijk heeft de Raad een nieuw artikel over transparantie opgenomen in de Code.

De Raad voor de Journalistiek is de eerste persraad in Europa die een richtlijn over AI opneemt in zijn Code. De gedachtewisseling begon twee jaar geleden en is net op tijd afgerond, nu de maatschappelijke discussie volop woedt over ChatGPT en andere AI-toepassingen. Ook met het nieuwe artikel over transparantie hoort de Raad bij de gangmakers in Europa.

In combinatie met het nieuwe artikel over transparantie luidt de richtlijn over AI als volgt.

Artikel 12. De journalist is transparant over zijn opdracht, aanpak en manier van werken. In de mate van het mogelijke en voor zover dat relevant is, communiceert hij hierover duidelijk aan zijn publiek.

Richtlijn bij artikel 12. Artificiële intelligentie kan een rol spelen bij de garing, redactie, productie en verspreiding van nieuwsitems, zoals artikels, reportages, illustraties, infografieken, enz. In zulke deels of volledig geautomatiseerde processen spelen redactionele keuzes een rol. Die keuzes

moeten voldoen aan de principes van de Code.

De redactie is verantwoordelijk voor die redactionele keuzes, waarbij de eindverantwoordelijkheid ligt bij de hoofdredactie. De hoofdredactie waarborgt de principes van de Code bij de ontwikkeling van systemen die deels of volledig worden gedreven door artificiële intelligentie. Ze waakt over de toepassing en implementatie van deze principes ten aanzien van de systeemontwikkelaars. Ze is te allen tijde verantwoordelijk voor het informatieaanbod, ongeacht de manier waarop het wordt geproduceerd en ongeacht het kanaal of de vorm waarin het wordt aangeboden.

De redactie communiceert transparant over geautomatiseerde nieuwsproductie en personalisering van nieuwsaanbod, zodat het voor de gebruiker duidelijk is wanneer nieuwsitems op basis van artificiële intelligentie gemaakt of geselecteerd zijn.

- De redactie geeft aan wanneer een nieuwsitem of een onderdeel van het informatieaanbod deels of volledig *geproduceerd* is op basis van geautomatiseerde processen en verwijst in de mate van het mogelijke naar de bronnen waarop het item gebaseerd is.
- De redactie geeft aan wanneer een onderdeel van het informatieaanbod *geselecteerd* of *gediversifieerd* is op basis van profiel of mediagebruik.

SALIK ↔ P-MAGAZINE / PNWS.BE

JOODSE AFKOMST: STIGMATISERENDE FORMULERING

Het artikel schetst een portret van Pierre Salik naar aanleiding van de verkoop van een villa van hem in Knokke voor 14 miljoen euro. Salik was de eigenaar en oprichter van het gelijknamige textielbedrijf, dat jeansbroeken over de hele wereld exporteerde. Hij spreekt van stigmatisering door herhaalde verwijzing naar de Joodse afkomst van een aantal personen en van schending van de privacy. De klacht is gegrond op het eerste en ongegrond op het tweede punt.

De vermelding dat Salik en zijn echtgenote van Joodse afkomst zijn, past

in de passage over de vlucht van het gezin naar Zwitserland in 1940 en is niet stigmatiserend. Het artikel baadt evenwel in een sfeer van dubieuze zakelijke praktijken waarbij Salik betrokken zou zijn geweest, al dan niet met medeweten of betrokkenheid van andere personen, van wie de journalist bij sommigen de afkomst vermeldt en bij anderen niet. Hij vermeldt alleen Joodse afkomst, twee keer met het woord 'eveneens' erbij. Op die manier wekt hij de indruk dat er een link bestaat tussen de Joodse afkomst en dubieuze praktijken, zonder dat hij daarvoor enig bewijs aandraagt. Daarom is de Raad van oordeel dat de journalist, weze het intentioneel of niet, onvoldoende omzichtig is omgesprongen met de veelvuldige en specifieke vermelding van de Joodse afkomst van een aantal personen waardoor de formulering van de berichtgeving stigmatiserend is, wat niet strookt met artikel 27 van de Code.

PIETER KNAPEN,
*Secretaris-generaal en
ombudsman, overloopt
de recentste uitspraken*



De vermelding van de Joodse afkomst betekent geen schending van het privéleven van Pierre Salik. Ze kadert in de passage over de vlucht van het gezin naar Zwitserland in 1940 en het is relevant om de Joodse afkomst in die context te vermelden. Er is geen sprake van een inbreuk op artikel 23 over respect voor het privéleven.

M.G.B. ↔ HLN.BE, NIEUWSBLAD.BE EN GVA.BA

OPDOEKING VAN TWEE CANNABISPLANTAGES: GEEN OVERDREVEN IDENTIFICATIE

De artikels gaan over de opdoeking door de politie van twee cannabisplantages in Beveren, waarbij in twee huizen telkens vijfhonderd cannabisplantjes werden gevonden en drie personen werden aangehouden. Klaagster (eigenares van de twee panden) zegt dat de artikels haar overdreven herkenbaar maken. De artikels op *Nieuwsblad.be* en *GVA.be* zijn identiek, dat op *HLN.be* verschilt op een aantal punten. De uitspraken van de Raad zijn in grote lijnen gelijklopend. De drie klachten zijn ongegrond.

De vermelding van de initialen en de woonplaats van klaagster is geoorloofd gezien de ernst van de feiten, de stand van het onderzoek en het maatschappelijk belang. Wanneer de journalist die elementen vermeldt, moet hij wel extra voorzichtig omgaan met andere gegevens of beelden die identificatie mogelijk kunnen maken. Het is belangrijk om dat algemeen principe altijd voor ogen te houden, zegt de Raad, maar in dit geval was de publicatie van een aantal gegevens, zoals het beroep van klaagster, de straatnamen en de foto's van de gevels van de twee panden geoorloofd.

TUYTTENS ↔ HLN.BE

VEROORDEELD VOOR INTERNETOPLICHTING: GEEN OVERDREVEN IDENTIFICATIE

Het artikel gaat over de veroordeling van een vrouw voor schriftvervalsing, loondiefstal en 24 oplichtingen via internet. Klaagster zegt dat het artikel onterecht haar voornaam en de beginletter van haar familienaam vermeldt.

Volgens de Raad strookt het artikel met de richtlijn uit de Code over identificatie van veroordeelden. Rekening houdend met de ernst van de feiten en de veroordeling van klaagster tot twee jaar effectieve gevangenisstraf voor onder meer veelvuldige internetoplichting was de vermelding van de

voornaam, eerste letter van de familienaam, leeftijd en woonplaats geoorloofd, evenals de verwijzing naar de winkel waar klaagster als winkerverantwoordelijke een diefstal pleegde en waarvoor ze ook veroordeeld werd.

WUYTACK ↔ HLN.BE

GEGEVENS OVER ONDERZOEK NAAR DOOD VAN VIERJARIGE DEAN

Het artikel gaat over het gerechtelijk onderzoek naar de dood van de vierjarige Dean Verberckmoes, wiens lichaam werd teruggevonden nadat hij bij Dave De Kock en zijn vriendin Romy W. (klaagster) verbleef. Volgens het artikel kwam de kleuter allicht om het leven door stomp geweld. Klaagster maakte verschillende bezwaren. De klacht is ongegrond.

Bronnen. De journalist maakt aannemelijk dat hij verschillende, van elkaar onafhankelijke en goed geïnformeerde bronnen heeft geraadpleegd en dat hun verklaringen en de informatie die zij hebben verstrekt getrouw heeft weergegeven.

Mogelijke onschuld. De journalist houdt rekening met onzekerheden in het gerechtelijk onderzoek en de mogelijke onschuld van klaagster. Hij schrijft overwegend in de voorwaardelijke wijs en vermeldt dat een aantal elementen onduidelijk en onbeantwoord blijft. Uit het artikel blijkt duidelijk dat het gerechtelijk onderzoek nog niet is afgelopen en dat er nog geen uitspraak is van het gerecht.

Wederhoor. Klaagster is in verdenking gesteld voor ontvoering en moord waarbij haar voorhechtenis herhaaldelijk werd verlengd, wat haar advocaat bevestigt. De journalist focust op elementen die aan de basis kunnen liggen van die inverdenkingstelling en voorhechtenis. Daarnaast heeft hij, net als zijn collega's van de redactie van News City, de advocaat van klaagster in de maanden tussen haar aanhouding en de publicatie van het artikel meermaals gecontacteerd voor informatie of een reactie, maar telkens zonder resultaat.

Identificatie. De vermelding van de voornaam, de eerste letter van de familienaam en de leeftijd van klaagster is geoorloofd gezien de ernst van de feiten, het maatschappelijk belang om erover te berichten en de inverdenkingstelling en voorhechtenis van klaagster.

**LEES DE VOLLEDIGE UITSPRAKEN
OP WWW.RVDJ.BE**

IN & UIT HET V

EUGENIE D'HOOGHE (28) IS
FREELANCE JOURNALIST EN MEDIAMAKER

'Als freelancer ben je best allround'



© Simon Clément

'Ik sta op het punt op reportagereis te vertrekken. Voor *Vranckx & de Nomaden* onderzoek ik hoe Turkije toegang tot water inzet als politiek wapen tegen de Koerdische gemeenschap. Dat ik dit nu doe, is een speling van het lot. Ik studeerde Sociaal Werk en Internationale Politiek. In 2018 wilde ik een PhD schrijven over de Syrische kwestie, maar ik miste de deadline om het voorstel in te dienen. Mijn promotor stelde voor dat ik me zou profileren met een opiniestuk over Syrië, misschien kon hij dan toch iets regelen. Ik publiceerde in *Knack*, maar hoorde nooit meer van mijn promotor. Dat was een mokerslag.'

'Dankzij dat opiniestuk ontdekte ik wel mijn liefde voor schrijven. Ik trok naar Libanon om van daaruit te bloggen, stuurde introductiemails naar redacties en klopte aan bij *StampMedia* voor begeleiding. Veel geld kwam er niet binnen, ik teerde op passie. Gelukkig werden mijn pitches steeds vaker aanvaard. Sinds kort ben ik fulltime freelancejournalist en regisseur, onder meer voor *Het Laatste Nieuws* en *Vranckx*. Het Midden-Oosten is mijn specialisatie, maar mijn debuut-documentaire die volgend jaar op Canvas komt, gaat dan weer over brugfiguren in het BSO en TSO. Als freelancer moet je allround zijn om rond te komen, zowel qua skills als thema's.'

'Mijn advies aan beginnende journalisten? Weet waaraan je begint. De toekomst van freelancejournalistiek ziet er niet rooskleurig uit en dat baart mij zorgen. Vraag beurzen aan bij Fonds Pascal Decroos om je reiskosten te dekken. En bundel de krachten. Concullega's hebben me echt vooruit geholpen: ik kwam bijvoorbeeld terecht bij *Vranckx* dankzij een andere freelancer.' (SF)

MARLIES MADDENS (31)
WERD WEDDINGPLANNER

'Ik heb het mezelf niet gemakkelijker gemaakt'

'Ik ben een tiental jaar actief geweest als journalist. Voor *Het Nieuwsblad*, *De Standaard* en *Krant van West-Vlaanderen* volgde ik enkele jaren het regionale nieuws in de ruime regio rond Roeselare. Daarnaast schreef ik af en toe artikels voor lifestylemagazines. Ik was voornamelijk aan de slag als freelancejournalist en ben ook even redacteur geweest. In de zomermaanden bracht ik verslag uit van alle festivals. Ik deed mijn job enorm graag, maar het was niet altijd gemakkelijk en de druk lag hoog. Toch vond ik het boeiend om dagelijks in contact te komen met zoveel verschillende mensen.'

'Heel wat reportages blijven bij, zowel dramatische gebeurtenissen als leuke feiten. Diverse interviews ook. Dodelijke ongevallen, branden, zware overstromingen ... allemaal zaken die ik nooit zal vergeten. Als ik nu nog op die plaatsen passeer, denk ik eraan terug. Maar het zijn vooral de menselijke verhalen die aan de ribben zijn blijven kleven. Een mama die de zoektocht startte naar het Franse pleegkind dat ze heeft opgevoed en met wie ze alle contact verloor. Een koppel met kinderen dat dakloos werd na een brand. Het was gelukkig niet allemaal kommer en kwel. Ik ben nog steeds heel trots op alle nationale reportages die ik bracht en op mijn festival-verslagen. En ook op een interview met Freddy De Vadder, ten tijde van de televisiereeks *Bevergem*, dat ik volledig in 't West-Vlaams mocht uitschrijven. Zalig.'

IAK

‘In september 2017 kreeg mijn loopbaan een onverwachte wending. Ik ging trouwen en wilde geen traditioneel feest. Ik regelde alles dus zelf. De dag van het huwelijk wilde ik natuurlijk wel kunnen genieten in plaats van me te bekommeren over de praktische kant. Dus ging ik op zoek naar iemand die het huwelijksfeest de dag zelf in goede banen kon leiden. Een klassieke ceremoniemeester paste niet in het plaatje, en ik vond maar niemand met een moderne aanpak, terwijl die functie in Nederland wel volop ingeburgerd was. Daarop besliste ik om zelf een avondopleiding te volgen tot ceremoniemeester. Onder die medecursisten vond ik de geknipte persoon om ons feest te begeleiden.’

‘Hoewel ik er zelf niet meteen plannen mee had, kwamen mensen via-via nadien bij mij aankloppen met de vraag of ik hen kon helpen bij de organisatie van hun feest. En zo geschiedde. Voor ik het wist, liep de agenda goed vol en werd de combinatie van freelancejournalist en weddingplanner te

‘Mijn ervaring met interviewen komt me zeer goed van pas bij gesprekken met klanten en gasten’

moelijk, vooral door het vele weekendwerk als journalist. Ik waagde de sprong en startte Dame Blanche. Een originele bedrijfsnaam met een knipoog naar de bruid in haar witte jurk.’

‘Vaak neem ik de volledige organisatie van een huwelijksfeest voor mijn rekening. De zoektocht naar een feestlocatie, cateraar, fotograaf, dj ... Ik verzorg de aankleding van de



© James Arthur

**MARLIES
MADDENS**

VROEGER

Freelancer in
West-Vlaanderen voor
verscheidene media

NU

Weddingplanner

locatie en zorg ervoor dat alles vlot verloopt op de trouwdag zelf. Ik neem eigenlijk alle zorgen uit de handen van het koppel. Ideaal voor wie zelf weinig tijd heeft of gewoon graag wil trouwen zonder stress.’

‘Mijn journalistieke ervaring helpt me alleszins nog in mijn nieuwe job. Net zoals in de journalistiek kom ik ook nu in contact met veel verschillende mensen. Mijn ervaring met interviewen en het volgen van persconferenties komt zeer goed van pas voor gesprekken met klanten en met de gasten tijdens het huwelijksfeest. Ook werk ik nog steeds met strakke deadlines die gerespecteerd moeten worden en ben ik het gewoon om te presteren onder druk. Weekend- en avondwerk horen er nog altijd bij. Ik kan niet zeggen dat ik het mezelf makkelijker heb gemaakt, maar met Dame Blanche bouw ik wel aan mijn eigen verhaal.’ (GVL)

In schril contrast met klassieke assisenprocessen zijn er op het **proces over de aanslagen van 22 maart 2016** plaatsen te over voor de pers. Zelfs heel veel plaatsen. Twee gigantische perszalen werden in het oude NAVO-gebouw klaargemaakt, met honderden tafels en stoelen. Alleen wordt daar amper 2 procent van gebruikt, stelde *De Morgen*-justitie-verslaggever Douglas De Coninck vast. Justitie had een overrompeling van buitenlandse journalisten verwacht, maar die is uitgebleven.

De European Shipping Press Association (ESPA) stopt ermee, 56 jaar na de oprichting. Volgens de laatste voorzitter Danny Deckers liep het ledenaantal te sterk terug. Het verdwijnen van de dagelijkse transportkrant *De Lloyd* en ook de coronacrisis vormden kantelpunten in die evolutie. ESPA zoekt wel nog een overnemer voor haar Maritime Award, dat is een jaarlijkse prijsuitreiking aan de maritieme persoonlijkheid van het - jawel - jaar.

Kanaal Z zendt sinds 10 april op maandag de serie *Z-Sport* uit, een coproductie met Sport Vlaanderen. In de reeks komen experts, bedrijfsverantwoordelijken en werknemers getuigen over het belang van sport en beweging op het werk. Vlaams minister van Sport Ben Weyts (N-VA) is enthousiast: 'We gaan mensen aan het sporten zetten daar waar ze heel wat tijd besteden: op het werk. Mensen zijn gelukkiger, productiever, minder gestrest en minder vaak afwezig als ze fit en gezond zijn, en door het samen sporten met collega's is er ook meer sociaal contact.'

De **VRT** krijgt jaarlijks ruim honderd aanvragen van journalisten om bij te klussen voor overheden of bedrijven. Dat blijkt uit een

ONDER EMBARGO

antwoord van Vlaams minister van Media **Benjamin Dalle** (CD&V) op een parlementaire vraag van zijn partijgenoot **Karin Brouwers**. De VRT keurt zowat negen op de tien aanvragen ook goed.

Op www.apache.be kon men intussen lezen welke journalisten in het bijzonder van die nevenactiviteiten uitoefenen. Bij de VRT-top ziet men het probleem niet. VRT-woordvoerder **Bob Vermeir** herhaalde bij *Apache* dat de betrokken journalisten hiermee anderen een dienst bewijzen en tevens wel degelijk hun onafhankelijkheid bewaren.

De **VRT** verwijst daarbij ook naar de Integriteitscode, meer bepaald het hoofdstukje Nevenactiviteiten, dat een en ander inderdaad open laat. De kwestie is dat het Redactiestatuut al een stuk duidelijker is. Zo staat daar in artikel 102: 'Bij het publiek mag niet de indruk worden gewekt dat de openbare omroep tevens het voorlichtingsbureau van de overheid is.'

Het percentage Vlamingen dat dagelijks het nieuws volgt, is opnieuw toegenomen, zij het licht. Na de hausse tijdens de coronapandemie in 2020, viel het percentage dagelijkse nieuwsgebruikers in Vlaanderen in 2021 terug van 91 tot 86. Maar in 2022 kwam het opnieuw tot een lichte stijging, tot 88 procent. Dat blijkt uit de **Digimeter**, het jaarlijkse onderzoek van Imec-MICT en de UGent naar het gebruik van technologie, ICT en media door de Vlamingen.

De onderzoekers noteren niettemin een zekere contradictie, want veel mensen blijven zich zorgen maken over de betrouwbaarheid van het nieuws, vooral online. Die 'waarheidsparadox' zet ongeveer de helft van de ondervraagden ertoe aan het nieuws (en de bronnen daarvan) te controleren.

De AVBB (VVJ & AJP) heeft 1.000 euro gedoneerd aan de **National Union of Journalists of Ukraine** (NUJU). Die zal het geld gebruiken voor materiële en financiële bijstand aan journalisten actief in het oorlogsgebied. Lees meer op pagina 4.

In Leuven is op 15 maart **Eric Claes** overleden. Hij werd 62. Eric begon in de jaren '80 als lokale correspondent bij *Het Nieuwsblad*. De voorbije twee decennia schreef hij vooral voor *De Bouwkroniek*. Hij was ook hoofdredacteur van het Leuvense middenstandsblad *Handelen* en voorzitter van S.P.Q.R., de vereniging voor Rome-liefhebbers.

Ook **Lode Ramaekers** is heengegaan. Hij werkte tot eind 2008 voor *Het Belang van Limburg* en werd 79. Lode maakte tijdens zijn 40 jaar durende loopbaan bij *Het Belang* naam en faam als kroniekschrijver van historische gebeurtenissen en rechtbankverslaggever. '*Comprendre mais pas juger*', was zijn leidmotief.

Hoe bracht Leuven de coronajaren door? In de twee uur durende documentaire *Parcours* schetst



Marc Van Ranst. Foto Belga

Lode Desmet vanuit verschillende invalshoeken het leven in Leuven gedurende de jaren 2020-2021. De film ging eind maart in première ging tijdens het documentaire filmfestival Docville.

Luc Wuyts is nu definitief met pensioen. De voorbije jaren werkte hij nog als actief gepensioneerde voor Belga, en eerder was hij gedurende een paar decennia ook voor *Het Laatste Nieuws* aan de slag. Al die jaren bracht hij verslag uit over de 'niet mediapopulaire sporten', waaronder zowat alles valt wat geen voetbal of wielrennen is. Op zijn manier droeg Luc ook bij tot meer gendergelijkheid. 'Bij de opsomming van atleten bijvoorbeeld vernoemde ik altijd eerst de vrouwen.'

'Beste lezer van *De Standaard*, februari is budgetmaand bij *Het Belang van Limburg*. Met *SOS Budget loodst HBVL je door heen de crisis met tips, getuigenissen én een prijzenpot van 55.000 euro.*' Die mail kregen lezers van *De Standaard* onlangs dus in de bus. *DS* die zijn lezers doorstuurt naar *HBVL*? Dat was niet eens zo lang geleden toch niet denkbaar geweest.



Alicja Gescinska, de nieuwe voorzitter van PEN Vlaanderen, mag zich sinds vorig jaar Commandeur in de Leopoldsorde noemen. Foto Belga



Mediahuis neemt vier Nederlandse radiozenders over. Foto Belga

PEN Vlaanderen, een organisatie die opkomt voor schrijvers die het zwijgen wordt opgelegd, heeft een nieuwe voorzitter. **Alicja Gescinska** volgt Erik Vlaeminck op. 'Ook bij ons moeten we op de bres blijven staan voor de intellectuele en artistieke vrijheid van schrijvers, academici en journalisten', aldus de Pools-Belgische auteur en filosoof. 'Omdat haatspraak, bedreigingen en zelfcensuur jammer genoeg vaker voorkomen dan we zouden willen.'

Het ziet er niet goed uit voor de strijd tegen SLAPP (*Strategic Lawsuits against Public Participation*). De **Raad van de EU** staat op het punt een voorstel van Richtlijn te aanvaarden dat het aanvankelijke plan van de Europese Commissie duchtig uitholt. Zo zou de mogelijkheid van een snelle afvoering van SLAPP worden beperkt, net zoals die van gepaste sancties achteraf. De AVBB bezorgde de federale regering een nota met het verzoek de Europese Raad alsnog op andere gedachten te brengen.

Dat er nog werk aan de winkel is in verband met SLAPP, toont een recent arrest van het **Antwerpse hof van beroep** aan. De aanleiding is een rechtstreekse dagvaarding door coronascepticus **Willem Engel**

van viroloog **Marc Van Ranst** wegens kritische uitspraken aan het adres van Engel. Het goede nieuws: Marc Van Ranst is opnieuw vrijgesproken. Maar minder positief is dat het hof van beroep, in tegenstelling tot de correctionele rechtbank, Engel zelf niet langer veroordeelt voor tergend en roekeloos geding.

Het hof van beroep erkent wel dat de rechtszaken van Engel tegen Van Ranst 'storend' zijn voor die laatste, maar daarom nog niet tergend en roekeloos. Onder meer hoogleraar mediarecht **Dirk Voorhoof** betreurt dat: 'Er is blijkbaar nog een lange weg te gaan om kennelijk ongegronde en onrechtmatige gerechtelijke procedures tegen publieke participatie effectief in te dijen.'

Tot spijt en nijd van vele journalisten: **influencers** zijn vandaag rolmodellen bij uitstek voor heel veel jongeren, het zijn de nieuwe BV's. Volgens onderzoek van Arteveldehogeschool Gent volgt bijna 9 op de 10 Vlaamse jongeren een of meer influencers op sociale media. Om die influencers op hun verantwoordelijkheden te wijzen, werd onlangs met steun van Vlaams Mediaminister Benjamin Dalle (CD&V) een Influencer-FAQ gelanceerd.

www.deinfluencerfaq.be bundelt zowel praktische adviezen als deontologische aanbevelingen. Behandelde thema's zijn auteursrechten, reclame, belastingen, privacy en respect voor andermans rechten in het algemeen.

In **Ingelmunster** boterde het enige tijd niet tussen de gemeente en de plaatselijke pers. Het gemeentebestuur stelde de pers bijvoorbeeld pas een persnota ter beschikking nadat het die zelf al online had gezet. Of het legde een embargo op voor de publicatie van beelden van een nieuw project, terwijl het doodleuk die beelden via de eigen sociale media verspreidde. Weg dus, nieuwswaarde voor de krant of omroep.

De **Vereniging van Ingelmunsterse Correspondenten** (VIC) schreef op hoge poten een brief aan het gemeentebestuur. En dat leverde resultaat op. Voortaan krijgen de lokale journalisten minimaal twee uur op voorhand de informatie in handen die het bestuur zal verspreiden – een voorsprong die minstens gelijktijdige communicatie moet toelaten.

Verder belooft burgemeester **Kurt Windels** (kartelpartij De Brug/Open

VLD/N-VA) de oprichting van een whatsappgroep met de pers om belangrijke nieuwsfeiten meteen te signaleren. **Frank Meurisse** (journalist *Het Nieuwsblad*) is tevreden: 'We zijn er dus beter uitgekomen.'

De Britse *The Guardian* heeft een opmerkelijk mea culpa geslagen over het slavernijverleden van de krant. **John Edward Taylor**, de katoenhandelaar die de krant oprichtte in 1821, verdiende net zoals andere toenmalige financiers van de krant fortuinen op de rug van slaven. Om dat goed te maken investeert The Scott Trust, de huidige eigenaar van *The Guardian*, elf miljoen euro in 'herstelprojecten'.

Mediahuis neemt vier Nederlandse radiozenders over, waaronder 100% NL en Radio Veronica. Mediahuis was al actief in de Nederlandse radiomarkt met de FM-zender Sublime FM en de digitale radio-omroep Nostalgie. Met de overname wil Mediahuis zijn aanwezigheid op de Nederlandse FM-band versterken. Daar worden straks de beschikbare frequenties opnieuw geveild voor de komende 12 jaar.

Ook **DPG Media** aast op enkele van de negen beschikbare plaatsen op de Nederlandse FM-band. Naast Qmusic wil het daar graag ook Joe Nederland lanceren. De veiling wordt geopend op 20 juni. Voorlopig speelt FM ook in Nederland nog een belangrijke rol voor radio. Geleidelijk aan moet die technologie wel worden vervangen door DAB+, dat een grotere bandbreedte ter beschikking heeft.

Het volgende nummer van *De Journalist* verschijnt op 20 juni 2023.

15 praktische voordelen van een perskaart

Sowieso laat een perskaart je toe om je werk als journalist beter te doen. Je geraakt makkelijker binnen waar je moet zijn, of wordt mooi niét opgepakt bij een uit de hand gelopen betoging. Met een VVJ-perskaart kun je ook aanspraak maken op een reeks heel concrete praktische voordelen.

Mobiliteit

 NMBS gratis abonnement tweede klasse op het hele Belgische spoorwegnet voor beroepsjournalisten, journalisten van beroep en stagiairs	 Brussels Airport vrij parkeren gedurende 24 uur op alle parkings (P1, P2 en P3)	 Blue-bike (deelfietsen) 50% korting op de inschrijving en het ontlenen van een fiets kan voor max. 3,50 euro voor de eerste 24 uur	 Partago (elektrische deelauto's) gratis account gedurende 3 maanden voor freelancejournalisten plus 30 euro prepaid rijbudget	 Hertz (autoverhuur) 10% korting voor beroepsjournalisten
--	--	--	---	--


Media

 Belga.press gratis toegang voor VVJ-leden	 Roularta 50% korting op de abonnementsprijs voor beroepsjournalisten	 MO*magazine 20% korting op een jaarabonnement	 De Tijd 10% korting op een abonnement voor VVJ-leden	 Doorbraak 50% korting op een jaarabonnement voor VVJ-leden	 Apache 10% korting op een online jaarabonnement voor VVJ-leden	 De groene Amsterdammer 70% korting op een kennismakingsabonnement voor VVJ-leden
--	---	--	---	--	---	---

Verzekeringen

 AVBB-groepsverzekering BA beroep en uitbating voordelig tarief, inclusief rechtsbijstand, voor VVJ-leden	 Internationale journalistenverzekering voordelig tarief via IFJ voor VVJ-leden
---	---

Cultuur en vrije tijd

 Museum pas introductiekorting bij aankoop
--