



Vlaamse
Journalisten
Vereniging

België - Belgique
P.B. - B.P.
2099 Antwerpen X
BC 17496
P 509477

DE NIEUWE TYDINGHE

Jaargang 2013 - Nummer 3 - Juli, Augustus, September 2013

Eindelijk een echte zomer!



Driemaandelijks tijdschrift van de Vlaamse Journalistenvereniging (vzw VJV)
Afgiftekantoor 2099, Antwerpen X
Verantwoordelijke Uitgever: Walter Van den Branden, VJV,
Eurocam Media Center - Fabriekstraat 38 - B-2547 Lint

colofon

DE NIEUWE TYDINGHE

Verantwoordelijke uitgever:

Walter Van den Branden

Vormgeving:

Patrick Proost/Publicom

Cartoons:

Bob Vincke, Emiel De Bolle, Manten

Eindredactie:

Hilde Van Gool

Cartoons, foto's, artikels: zie bronvermeldingen.

Elke inzender draagt de volle verantwoordelijkheid voor zijn/haar bijdrage.

*

Gehele of gedeeltelijke overname van stukken hieruit kan enkel mits voorafgaande en schriftelijke goedkeuring en met volledige bronvermelding.

*

Niet ondergetekende artikels vallen onder de verantwoordelijkheid van de verantwoordelijke uitgever.

Wettelijk Depot: BD 54.662

Post Erkenningsnummer: P 509477

Jaargang 2013 NR. 3

Driemaandelijks Uitgave

Redactie:

Bestuursraad VJV

Eurocam Media Center

Fabriekstraat 38 - B-2547 Lint

Website:

www.vjv.info

Mailadres:

info@vjv.info

Telefoon:

0485 56 31 36

Ook niet-VJV leden kunnen zich abonneren op De Nieuwe Tydinghe. Een abonnement kost 14,50 euro(*) voor een volledige jaargang van vier nummers (januari-april-juli-oktober). Abonneren kan via overschrijving op rekening: IBAN BE30 4758 2050 3111. - BIC KREDBEBB. Met vermelding "Jaarabonnement DNT". Zonder opzegging voor de verschijning van het oktobernummer worden abonnementen automatisch met een jaar verlengd.

(*) verzending naar een adres in België

voorwoord

Beste Leden,

't Is 'kwamkwammertijd'! Na de journalistieke komkommertijd draait het mediabedrijf opnieuw op volle toeren. Wie het voorrecht had zijn vakantie in eigen land te mogen doorbrengen zit ongetwijfeld boordevol energie voor de komende periode. Met een recordaantal aan zonnige dagen en bijhorende temperaturen beschikt journalistiek Vlaanderen wellicht over een nooit geziene slagkracht en vitaliteit. De hoogste tijd dus voor de Vlaamse Journalisten Vereniging om er opnieuw stevig in te vliegen.

'Geen woorden maar daden' is het motto waarmee we onze strijd tegen ongelijkheid en discriminatie van onze leden onverminderd zullen verderzetten. De consequente toepassing van de toetredingsvoorwaarden en de strenge maar rechtvaardige behandeling van de (her)screeningsdossiers door de Erkenningscommissie werpen stilaan vruchten af. Toegegeven, vooral in sommige sportmiddens is er nog wat werk aan de winkel. Maar ook daar boeken we vooruitgang in die zin dat er, in tegenstelling tot het verleden, reeds ruimte is voor toenadering en dialoog.

Dit laatste zal dan ook het leidmotief worden voor de jaarlijkse statutaire algemene ledenvergadering die op zaterdag 7 december zal gehouden worden in Hasselt. Voor sommigen niet echt bij de deur (onder meer voor de talrijke West-Vlaamse leden) maar ook daar werd aan gedacht. Om het wegvallen van de voorjaarsbijeenkomst te compenseren zal daarom aan alle leden een zeer aantrekkelijk verblijfsarrangement worden aangeboden zodat – althans voor wie er een volledig weekeinde voor over heeft – de deelname aan deze belangrijke vergadering kan uitgroeien tot een uiterst boeiende en gevarieerde ontdekkingstocht van deze Limburgse provinciehoofdstad.

En hoewel nog niet alle details van het programma kunnen vrijgegeven worden, na 7 december zal in de aanloop naar '50 jaar VJV' de stem van de leden van de Vlaamse Journalisten Vereniging nog sterker doorklinken in journalistiek Vlaanderen.

Uw voorzitter,

Walter Van den Branden

inhoud

Cover: Foto © Dienst Toerisme Antwerpen

Voorwoord, redactie2

VJV-info

- Jaarvergadering: aankondiging.....3
- Denktank: Verboden toegang!3
- Nieuwe leden4

Van onze leden

- Evolutie van de dagbladmarkt5
- WBT Persprijs 2012 10
- Boek: AMERICA(N) MATTERS 11
- Boek: Kersen eten om middernacht 11
- Boek: FOODPRINT1213 12

Jong talent

- Intro7
- "In Genk is het altijd leuk"7
- VRT geeft 'Carte Blanche'8
- Druk van hoofdredacteurs9

Algemeen

- Nikon persfoto13
- Starten met Twitter15

Jaarlijkse algemene vergadering in Hasselt zaterdag 7 december 2013

De statutaire jaarlijkse ledenvergadering is een essentieel controlerend en koersbepalend onderdeel voor de werking van onze vereniging. Zoals het hoort in een democratische structuur hebben de leden het er voor het zeggen.

Om tegemoet te komen aan de wens van vele leden werd drie jaar geleden beslist om jaarlijks een andere stad te kiezen voor deze belangrijke bijeenkomst. Dit jaar is Hasselt aan de beurt. Naast het serieuze gedeelte zal de Hasseltse jenever centraal staan in het boeiend en gevarieerd programma. Momenteel wordt, in samenwerking met de Stad Hasselt en de Toeristische Dienst van Limburg, alles in het werk gesteld om er een onvergetelijke happening van te maken.

Want er is meer. Omdat de omstandigheden niet toelieten om dit jaar ook een voorjaarsbijeenkomst voor onze leden te organiseren wil het bestuur aan de aanwezige leden en hun partner de kans bieden om Hasselt en omstreken op een aantrekkelijke en budgetvriendelijke manier te ontdekken door middel van een zeer gunstig



weekendarrangement. Wie wil kan er reeds van vrijdagavond 6 tot zondag 8 december bij zijn.

Noteer alvast deze data in uw agenda. Het volledige programma en het inschrijvingsformulier volgt in De Nieuwe Tydinghe van de maand oktober.

Denktank: Verboden toegang!

Journalistiek bedrijven is een mooi en bevoorrecht beroep. Gegevens verzamelen, becommentariëren, analyseren en deze al dan niet voorzien van een eigen visie. Het is maar een greep uit het takenpakket van de journalist. Om zijn nieuwtjes te kunnen vergaren beschikt hij doorgaans over een vrijgeleide. Zo 'krijgt' hij bij elke gebeurtenis de kans aan de zijlijn van de feiten te staan. Een exclusiviteit om te koesteren.

Toch schuilt hier een addertje onder het gras. Om zich op de eerste rij bij een aangelegenheid te bevinden 'moet' de reporter tot handelen overgaan. Een ruime dosis assertiviteit wordt dan ook meteen onontbeerlijk. Maar dit



is hoegenaamd niet synoniem van arrogantie. De journalist heeft de plicht zich te houden aan de deontologische code gekoppeld aan zijn specifiek beroep. Wanneer hem de toegang tot de plaats van het voorval wordt ontzegd, dan is dat het volste recht van diegene die dat bepaalt. Gedupeerden, overheden, politie, hulpdiensten, producenten, organisatoren, enz..., het maakt niet uit wie het verbod ook uitvaardigt. Meestal scheidt dit geen probleem en weet de goede verslaggever er wel raad mee. Mits wat onderzoekswerk levert het hem in de meeste gevallen nog een leuk artikeltje op.

vervolg op pagina 4

vervolg van pagina 3

De meeste problemen doen zich echter voor in 'de plezante sector'(gemakshalve uitgedrukt), wanneer de journalist de toegang tot een evenement wordt ontzegd. Geen ticketje voor een concert, een première of gratis proeverij in een of ander restaurant, het zal hem maar overkomen. Het verhoopte leuke 'meepakkerijtje' gaat aan zijn neus voorbij met als logisch gevolg géén artikel en er bovenop het inkomstenverlies. Leuk is anders!

Met het niet erkend worden voor zijn werk heeft de journalist een punt. Maar wanneer hij de weigering met opgeheven hoofd ondergaat, draagt hij een steentje bij tot de waardigheid gekoppeld aan het beroep. Zo blijft de bevoorrechte positie van de journalist gehandhaafd.

Waarvoor dient mijn perskaart dan? Het 'handige instrument' om zich als journalist te legitimeren. Niet meer of niet minder! Voor alle duidelijkheid: ze bezit niet dezelfde eigenschappen als een betaalkaart, toegangsbewijs of sterker nog het huiszoekingsbevel. M.a.w. : 'Verboden toegang!' blijft ...

**VERBODEN
TOEGANG**

Moraal van het verhaal: niet morren wanneer je de toegang wordt ontzegd en hop naar het andere 'nieuws'. Succes verzekerd!

Oproep

Kun je onze stelling beamen of steiger je al na het lezen van de eerste alinea? In beide gevallen vinden wij dat we in onze opzet geslaagd zijn. We verwachten dat je bevindingen ons bereiken. Mail naar: francois.vandebrul@vjv.info.

Wij zullen alle antwoorden grondig bestuderen. Privacy wordt voor honderd procent gegarandeerd.

François Van de brul

cartoon



Nieuwe leden

VJV mocht de voorbije maanden de volgende nieuwe leden verwelkomen:

- 1022 Nancy **AERTS** uit Paal-Beringen, redacteur/fotograaf bij Offroadbiking
- 1023 Benny **WOUTERS** uit Desselgem, Fotograaf/redacteur voor Belga, Het Nieuwsblad
- 1024 Stef **DIERCKX** uit Balen, fotograaf voor Offroadbiking.be
- 1025 Eric **DOMINICUS** uit Pulle, fotograaf/reporter voor vtz.be
- 1026 Kristof **BRUERS** uit Olen, fotograaf/reporter voor cyclingsite.be
- 1027 Joeri **DE CONINCK** uit Maldegem, fotograaf/reporter
- 1028 Linda **CRIVITS** uit Sint-Gillis, reporter filmbesprekingen
- 1029 Gunter **MAES** uit Puurs, reporter/fotograaf Publinieuws
- 1030 Fabien **CUYPERS** uit Beringen, reporter/fotograaf HBVL/Thinkmedia
- 1031 Machteld **BOLLEN** uit Genk, reporter/fotograaf voor Stampmedia

iPads en tablets: hoop in bange dagen?

De uitgevers hopen dat iPads en tablets hun business kunnen redden nu de toekomst van de gedrukte media steeds meer onder druk staat. Kenmerkend hierbij zijn afkalvende verkoopcijfers, dalende advertentie-inkomsten en online concurrentie. Die laatste worstelt nog steeds met de premisse dat informatie gratis moet zijn. Zoals we in ons vorig nummer meldden, daalde de dagbladverkoop in ons land in het laatste kwartaal van 2012 met 1,29 procent tot 1.321.714 exemplaren (print en digitaal). Voor het ganse kalenderjaar liep dat zelfs op tot 1,44 procent. Ook in 2013 blijven de cijfers kelderen. Een magere troost misschien, maar ook bij onze burens zit de krimp erin. Allicht blijft de papieren krant geen massamedium.

Volgens de laatste verkoopcijfers dalen in 2013 alle Belgische dagbladtitels in hun papieren uitgave. In Vlaanderen ligt het verlies evenwel traditioneel lager dan in het Franstalige landsgedeelte. Enkel De Standaard en De Tijd ontsnappen uit de rode cijfers dankzij hun digitale abonnees. De regionale kranten van Concentra, Gazet van Antwerpen en Het Belang van Limburg, worden het zwaarst getroffen. Over de taalgrens kunnen enkel Le Soir, en vooral L'Echo hun printcijfers door hun digitale edities oppoetsen, zonder evenwel positief te eindigen. Maar bedrijfsmatig is er meer aan de hand dan alleen maar een achteruitboerende conjunctuur. De uitgevers worden van langsom meer geconfronteerd met aarzelende adverteerders. L'embarras du choix tussen nieuwe mediakanalen, zoals tablet of smart-

phone, is hun deel. Online concurrentie en nieuwe distributievormen zijn trouwens voor de gedrukte media wat bijkomende zenders en uitgesteld kijken voor het audiovisuele front betekenen. Zoals onderstaande tabel bewijst, geven de Mediafinbladen De Tijd en L'Echo de nieuwe marsrichting aan.

De digitale verkoop zit duidelijk in de lift. Waarschijnlijk is de groei haast volledig te danken aan de iPad en navolgers. Meer en meer apprecieert de lezer de interactiviteit en het multimediale aanbod van het digitale nieuws, maar of dit ook de volledige verdwijning van gedrukte dagbladen betekent, blijft de vraag van één miljoen. Misschien moeten de uitgevers toch de weg op van een krant op maat, weg dus van de dagelijkse periodiciteit. Daarbij zullen de weekendedities met veel achtergrond informatie, opinies en interviews een voorname rol blijven vervullen. Maar de uitgevers kunnen ook mikken op interne synergiën waardoor de gedrukte krant, de site en de onlinekrant zo complementair mogelijk aangeboden worden. Bij het gedrukte dagblad kunnen de functies ontspanning en duiding bv. meer nadruk krijgen, kan de site het nieuws van nationaal naar lokaal in waterval formule opsplitsen en kan de online redactie het binnenkomende nieuws onmiddellijk updaten. Binnen zulk een kader moet ook de haalbaarheid van een betaalmuur en de plaats van de adverteerder herbekeken worden. Ook kunnen uitgevers, zowel nationaal als internationaal, samen een website ontwikkelen waarop vooraf geselecteerd nieuws tegen betaling raadpleegbaar is.

Belgische dagbladpers - 2012 - Digitale verkoop

	2012	2011	2010
Het Nieuwsblad	2.404	911	48
De Standaard	6.689	4.929	2.836
Het Laatste Nieuws	2.141	654	100
De Morgen	1.325	916	196
Gazet van Antwerpen	789	486	372
Het Belang van Limburg	902	433	322
De Tijd	9.925	6.659	2.866
Totaal Nederlandstalige	24.175	14.988	6.740
Le Soir	5.452	1.864	437
Sud Presse	3.157	365	301
La Libre Belgique	1.456	381	314
La Dernière Heure	622	228	186
L'Echo	3.726	2.427	1.283
Grenz-Echo*	-	-	-
Totaal Franstalige	14.623	5.265	2.521
Algemeen totaal	38.798	20.253	9.261

Bron: VDP

vervolg op pagina 6

vervolg van pagina 5

Nederlandse dagbladers – 2012 – Digitale verkoop

	2012	2011	2010
AD	-	-	-
Het Financieele Dagblad	12.251	6.383	4.037
Nederlands Dagblad	1.652	1.251	1.157
NRC Handelsblad	17.717	14.767	15.517
NRC Next	4.125		-
Reformatorisch Dagblad	4.944	4.041	3.581
De Telegraaf	-	-	-
Trouw	-	-	-
De Volkskrant	36.360	38.192	38.757

Bron: HOI

Ondertussen in Nederland

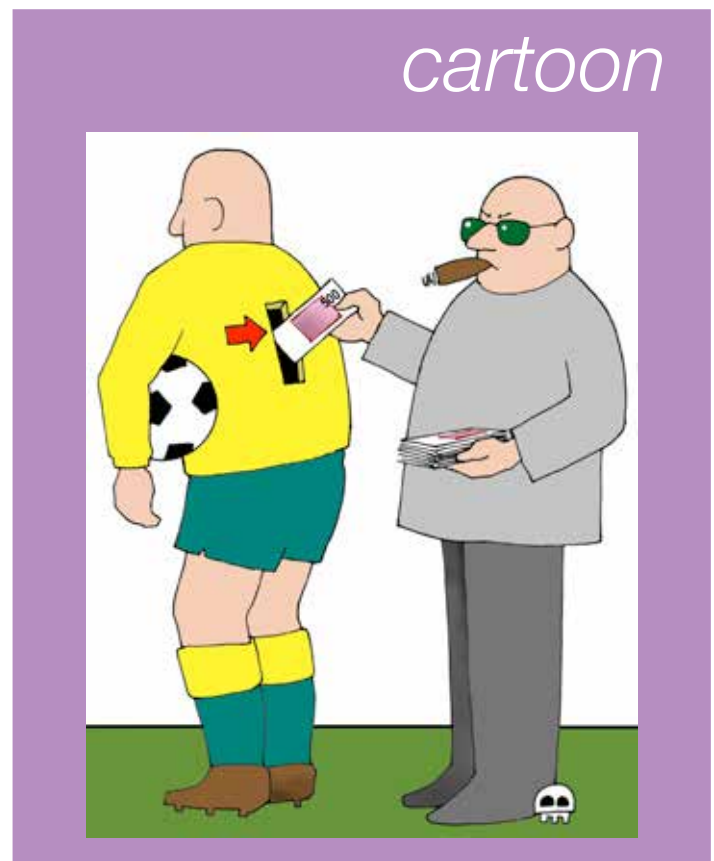
Bij onze noorderburen is de krantenverkoop al sinds het millennium aan het dalen. In 2012 ging de verkoop er met 3,2 procent achteruit. In totaal werden er nog 3.025.851 exemplaren (print en digitaal) verkocht, haast 100.000 minder dan een jaar voordien. Enkel NRC Handelsblad (+0,79), nrc.next (+0,49) en Het Financieele Dagblad (+1,87) groeiden dankzij hun digitale versies. De titels van De Persgroep dalen. Daar komt Trouw, dat in 2012 uitgeroepen werd tot ‘European Newspaper of the Year’, met -0,6 procent nog het beste weg. Populair blad AD gaat 2,4 procent achteruit, De Volkskrant sluit de rij met 2,6 procent. Laatst genoemde is hiermee niet alleen het slechtst scorende kwaliteitsblad, maar ook de enige krant wiens digitale editie achteruitboert. Het populaire De Telegraaf krijgt een rake tik, maar blijft met ruime voorsprong marktleider. Het Nederlands Dagblad is met -6,75 dan weer de grootste daler. Ook het Reformatorisch Dagblad laat een -1,42 noteren. Qua marktaandeel geeft dit volgend beeld: Persgroep 44% (-), Telegraaf 31% (-1), NRC Media (-), Financieele Dagblad 4% (+1), Reformatorisch Dagblad 3% (-) en Nederlands Dagblad 2% (-).

Maar Nederland telt ook nog een batterij regionale dagbladen. Ook die zagen hun gezamenlijke verkoop in 2012 dalen met meer dan vijf procent. Negatieve uitschieters waren de Leeuwarder Courant (-6,7%), het Leidsch Dagblad (-6,48%), Het Parool (-6,14%), De Gooi- en Eemlander (-5,95%) en Haarlems Dagblad Combinatie (- 5,86%). Het Dagblad van het Noorden en de Leeuwarder Courant zagen zowel hun papieren als hun digitale verkoop achteruitboeren. De digitale versie van Het Dagblad van het Noorden telde 14.737 abonnees in 2011, in 2012 nog slechts 13.950. Bij De Leeuwarder Courant daalde het aantal abonnees van 12.451 in 2011 naar 11.385 vorig jaar. In de hoop meer lezers aan te trekken verschijnt De Leeuwarder Courant sinds april 2013 als ochtendkrant. Het Friesch Dagblad, dat ook reeds naar de ochtendformule overschakelde, verkeert in financiële problemen en startte een steunactie naar haar lezers om vijfhonderdduizend euro in te zamelen.

De lezer

In een nabije toekomst zal het nieuws de lezers bereiken via verschillende kanalen geheel volgens de wens van de afnemer. De abonnee kan kiezen tussen een volledige of partiële printversie, een digitaal abonnement via tablet of digitale informatie op maat. Er zal echter wel voor alles moeten betaald worden. De papieren krant zal als massamedium uitgeweid worden, maar in een selectievere gedaante verder leven.

Guy Freiermuth



Yass: “In Genk is het altijd leuk”



Kersverse papa en Genkenaar Yass Smaali heeft voor het publiek van Genk On Stage eigen nummers gebracht. In het eerste seizoen van ‘The Voice’ strandde Yass in de halve finale, maar hij kreeg later een eigen platencontract en toert nu met eigen muziek.

Je bent uit Genk. Neem je speciale voorbereidingen voor een optreden in je thuisstad?

Smaali: “Niet onmiddellijk, maar het doet wel iets. Jammer van de regen, maar in Genk is de sfeer altijd leuk.”

Je bent onlangs vader geworden van de kleine Nina. Heeft de geboorte van je dochter je carrière beïnvloed?

Smaali: “Ik ben nog een groot kind (lacht). Maar ik probeer verantwoordelijk te zijn voor mijn kind. Zo leer ik haar dingen bij. Eén van mijn nieuwe liedjes, bijvoorbeeld, gaat over jongens. Ik maak haar daarin duidelijk dat ze voor hen moet opletten. Ja, misschien ben ik toch wel wat verantwoordelijker geworden. Mijn dochter beïnvloedt me dus wel in mijn teksten.”

Hoe zie je haar toekomst?

Smaali: “Ik zou het liefst hebben dat ze iets creatief doet. Iets met kunst, zang, tekenen het maakt niet uit! Zo-

lang ze maar creatief bezig is. Ik hoop ook dat ze volledig zichzelf kan zijn, dat is zeer belangrijk voor mij.”

Uitleven in graffiti

Je staat ook bekend voor je graffitiwerk. Is dit voor jou een manier om te ontsnappen aan de dagelijkse wereld?

Smaali: “Ja. Ik leef mij volledig uit in mijn graffiti. Ik doe het al sinds mijn veertiende. Toen deed ik het vooral omdat het cool was, maar nu leef ik er me echt in uit.”

Hoe raak je dan aan inspiratie om iets te maken?

Smaali: “Soms kan het heel plots gebeuren. Soms kan ik ’s nachts niet slapen en dan krijg ik ineens een idee. Dan moet ik dat idee ook uitwerken, hoe laat het ook is! (lacht) Het zijn meestal graffititekeningen over mijn dromen, familie, kindje, noem maar op.”

jong talent

Meer dan enig ander is journalistiek een vak dat men al doende leert. Een professionele opleiding of vorming mag dan wel de aanloop zijn, maar de dagdagelijkse realiteit van de werkvloer en het contact met collega’s is de enige manier om het te kunnen waarmaken in de harde wereld van het journalistieke métier.

Onder de stimulans van Vlaams mediaminister Ingrid Lieten en in overleg met het Departement Media wil de Vlaamse Journalisten Vereniging, zowel via haar ledenblad ‘De Nieuwe Tydinghe’ als via de VJV-website (www.vjv.info), aan jongeren een platform bieden om hun journalistiek talent te tonen en hen aldus de kans bieden om door te stromen naar de professionele media.

In de binnenpagina’s van dit nummer brengen we een aantal bijdragen die afkomstig zijn van Stamp-Media, het persagentschap van en voor jongeren waarmee de Vlaamse Journalisten Vereniging al langer samenwerkt. In de toekomst zullen ook een aantal geselecteerde journalistieke werkstukken van studenten aan de diverse opleidingen journalistiek in Vlaanderen aan bod komen.

Wij zijn ervan overtuigd dat de frisse stijl en de journalistieke aanpak van dit jong talent ook inspirerend zal werken voor de leden van de Vlaamse Journalisten Vereniging.

© 2013 – C.H.I.P.S. Stamp-Media – Maarten Rommes, foto: Jade Claessens

VRT geeft jongeren 'Carte Blanche'

De VRT heeft haar nieuwe plan voor jongerenparticipatie gelanceerd: 'Carte Blanche'. Met dit project hoopt de openbare omroep zichzelf te verjongen en tegelijkertijd de jongeren te laten kennismaken met - nieuwe - media.

Televisie van a tot z opnieuw uitvinden. Dat is de opdracht van de jongeren die vanaf augustus samen met ervaren mediamakers samenzitten in het nieuwe project van de VRT. Zes jongeren, acht ervaren rotten, twee coaches en een meter. "Jongeren zijn de toekomst, dus de VRT moet er absoluut een band mee hebben", klinkt het bij gedelegeerd bestuurder Sandra de Preter. En dus krijgen ze 'Carte Blanche'.

Drie fases

Jongeren die geïnteresseerd zijn in het project kunnen zich alvast inschrijven tot 15 juli. Na de selectie van de zes uitverkorenen vertrekken zij op 'bootcamp', omringd door een team van acht ervaren mediamakers. Daar zal het kernteam allerlei opdrachten uitvoeren, gaande van een marktonderzoek tot het in elkaar knutselen van een live-uitzending. Het resultaat zal dan vanaf 2014 te bekijken zijn online en OP12. "Iedereen kan zich inschrijven via de website 'Krijg Carte Blanche'", geeft coach Dieter Coppens mee. "Daar moet je meteen al wat selectievragen beantwoorden."

Door jongeren

"De bedoeling is dat we de jongeren echt hun ding laten doen", zegt tweede coach Sofie Engelen. "Televisie zal een verjongingskuur krijgen."

Best wel ambitieus met een team van slechts zes jongeren 'die de reflectie moeten zijn van de samenleving'. "Het gaat om veel meer dan die zes", zegt Sihame El Kaouakibi,

meter van het VRT-project. "Zij zijn als het ware de ambassadeurs die anderen bij het proces moeten betrekken." Het zal hoe dan ook een uitdaging zijn voor zo'n selecte groep om de hele jongerengemeenschap te vertegenwoordigen.

Het concept van de 'carte blanche' is echter al even ambitieus en doet vermoeden dat er toch een afgebakend kader moet zijn waarbinnen het kernteam zich mag begeven. "Neen", zegt El Kaouakibi duidelijk en ze herhaalt wat Engelen ook zegt. "We laten de jongeren volledig vrij in hun ideeën. En ze zullen ook alle erkenning krijgen voor hun werk, met naamvermelding."

Middenveld

Meter El Kaouakibi haalt ook het potentieel aan van onze jongeren en de rol die het middenveld daarbij speelt om dat naar buiten te brengen. Maar waar wordt het middenveld in dit project betrokken? "Wij hebben alvast geen vraag gekregen tot actieve samenwerking", klinkt het bij Stefan Kolgen, bestuurder van C.H.I.P.S., de vzw achter StampMedia. "Hoewel dit VRT-project eigenlijk is wat wij doen: jongeren vrij spel geven om media te ontdekken en uit te testen."

"De rol van het middenveld in dit project is zeker ter sprake gekomen", klinkt het bij El Kaouakibi. "En de bedoeling is dat het erbij betrokken wordt. Daar zullen onze jongeren zich ook mee bezighouden: contacten leggen met leeftijdsgenoten, maar ook met organisaties zoals C.H.I.P.S. StampMedia."

Jongeren vanaf 18 die niet meer leerplichtig zijn en fulltime beschikbaar zijn van augustus 2013 t.e.m. mei 2014 kunnen zich inschrijven via krijgcarteblanche.be

© 2013 - C.H.I.P.S. StampMedia - Gunther Malin

De VRT geeft
jong talent carte
blanche om tv
heruit te vinden.

krijgcarteblanche.be



“Zoveel druk van de hoofdredacteurs had ik niet verwacht”



"Een detail zoals een titel kan soms een grote impact hebben op hoe het slachtoffer overkomt", vertelt Julie De Smedt van de Universiteit Antwerpen. Onderzoek naar slachtoffers in de Vlaamse media wees uit dat de relatie tussen slachtoffers en journalisten niet altijd zonder strubbelingen is.

'Slachtoffers in de media, ook slachtoffers van de media?', het onderzoek van het Steunpunt Media, waaraan de vier grote Vlaamse universiteiten meewerkten, gaat dieper in op de benadering en behandeling van slachtoffers door de media. Zo blijkt dat bijna de helft van de slachtoffers bij hun volledige naam genoemd wordt in de berichtgeving. Dit is niet zo'n groot probleem als het misschien lijkt. In slechts een vierde van de gevallen is er geen verantwoording voor het gebruik van de naam. "Als de slachtoffers bijvoorbeeld publieke personen zijn of als de feiten ernstig genoeg zijn, is het wel geoorloofd de naam van een slachtoffer te publiceren zonder instemming", verklaart Julie.

Meer klachten bij kranten

Het gros van de journalisten vraagt toestemming indien mogelijk. Al geven ze toe dat het niet altijd even simpel is om een slachtoffer te benaderen. "Journalisten zijn ook mensen; zij hebben het daar soms moeilijk mee", legt Julie uit. Gemengde gevoelens zijn er ook bij de slachtoffers. Vaak hangt het van de houding van de journalist af of een slachtoffer bereid is mee te werken. Als die empathie toont, is er meestal niet echt een probleem. Opvallend: er komen meer klachten tegen kranten dan tegen tv- en radiozenders. "Dat is omdat er meer concurrentie is tussen de kranten. Ze willen het interessantste nieuws, ook al moeten ze daarvoor regels overtreden."

Verrassend grote invloed

In dat kader heeft de grote invloed van redactiechefs op de journalisten Julie erg gefraspeerd. Uit enkele getuigenissen van journalisten bleek dat ze toch wel onder druk werden gezet om contact op te nemen met slachtoffers, ook al voelden ze zich daar niet echt comfortabel bij. "Ik wist wel dat de hoofd- en eindredacteurs een grote invloed hadden, maar dat die zó groot was, had ik niet verwacht", zegt Julie. Zo veranderen eindredacteurs soms iets aan stukken, waardoor een verhaal niet meer klopt met wat de journalist wou overbrengen.

Tussenpersonen gezocht

Sinds de heisa rond de publicatie van de foto's van de kinderen die het leven lieten in het busongeval in Sierre, heeft de Raad voor de Journalistiek zijn ethische code aangepast. Sociale media zijn volgens de Raad persoonlijke pagina's: daar mogen geen foto's meer van gepubliceerd worden. De Raad kan evenwel geen sancties geven, enkel aanbevelingen of waarschuwingen. Steunpunt Media vindt dat er tussenpersonen moeten komen om de communicatie tussen slachtoffers en media te bevorderen. Dit kan iemand zijn uit de directe omgeving van het slachtoffer of iemand van de overheid. Zoals burgemeester van Lommel, Peter Vanvelthoven, na het busongeval in Sierre. "Hij deed dat heel goed. Dat hij als tussenpersoon optrad, maakte het makkelijker voor de families van de slachtoffers", besluit Julie.

Suzanne Antonis en Bart Plouvier winnen WBT Persprijs 2012

VJV-lid Suzanne Antonis schrijft:

Hierbij laat ik jullie weten dat ik ook in het journalistieke landschap niet stilzit!

Met plezier en veel inzet heb ik een jaar lang België doorkruist en aan de twaalf artikels over erfgoed gewerkt. Zowat alles is de revue gepasseerd: Vlas aan de Leie, Textiel in Gent, Diamant in Antwerpen,

Steenkool in Limburg en de Borinage, Tabak aan de Semois, Leisteen in de Oostkantons, Witzand in de Kempen, Staal in Luik, Bronsgieterijen in Brussel, Grafische industrie in Turnhout en de Steenbakkerijen aan de Rupel. Deze persprijs is enkel voor één van de artikels over Wallonië maar ik zie het zeker ook als een bekroning voor de volledige reeks.



Wallonië-Brussel Toerisme
Ardennen en veel meer

PERSBERICHT

Suzanne Antonis en Bart Plouvier winnen WBT Persprijs 2012

JALHAY – De hoofdprijs van de WBT Persprijs 2012 in de categorie ‘Wallonië’ gaat dit jaar naar journaliste Suzanne Antonis. Dat maakte juryvoorzitter Herman Pauwels op maandag 13 mei 2013 bekend aan de verzamelde pers in de panoramische toren aan het stuwmeer van de Gileppe. In de categorie ‘Brussel’ ging de hoofdprijs, die uitgereikt wordt i.s.m. VisitBrussels, naar Bart Plouvier.

Suzanne Antonis, die op de prijsuitreiking jammer genoeg niet aanwezig kon zijn, scoorde met haar artikel “Het vuur van Luik”, verschenen in Pasar op 1 maart 2012, in het kader van de reeks “Erfgoed en de kleine man”.

In deze reeks belicht Antonis de teloorgegane industrieën in de verschillende regio’s van ons land,

waarbij ze in straffe reportages de link legt tussen geschiedenis, sociale en menselijke verhalen en erfgoedtoerisme. Het artikel over Luik kon de jury bekoren dankzij de originele invalshoek en opvallende journalistieke kwaliteit.

Bart Plouvier wist de jury dan weer te verrassen met zijn artikel “Brussel – Hoofdstad van de stripwereld”, verschenen in Uit Magazine (nu VAB-Magazine) op 1 april 2012.

Hij slaagt erin om 8 pagina’s lang te boeien over strips in Brussel, met een zwierige schrijfstijl en door er heel wat interessante toeristische sites bij te betrekken waar de strip centraal staat. Ook hij kon spijtig genoeg niet aanwezig zijn op de prijsuitreiking.

Beide winnaars winnen elk € 1500 cash.

AMERICA(N) MATTERS

VJV-lid *Dominique Dewitte reisde maandenlang door de Verenigde Staten van Amerika en publiceerde zijn ervaringen, op initiatief van het Fonds Pascal Decroos voor Bijzondere Journalistiek, onder meer in De Tijd, De Standaard en Mediakritiek.be. Samen met Alain Renier (© Top Management) schreef hij reeds volgende boeken: 'Getuigenissen omtrent 20 jaar Leiderschap' (2006), 'Van motivatie tot prestatie' (2007), 'De klantgerichte Onderneming' (2008) en 'De Onderneming van Morgen' (2009). In zijn nieuwste boek 'AMERICA(N) MATTERS' bekijkt hij de dingen vanuit een andere invalshoek en vertrekt hij niet langer vanuit het verschil tussen Europa en Amerika.*

In AMERICA(N) MATTERS staan de energie en de dynamiek van Amerika en het enthousiasme en de vriendelijkheid van de doorsnee Amerikaan centraal. Daarnaast komen ook de zin voor ondernemerschap, het nemen van onvermijdelijke risico's, de bewondering voor zakelijk succes en de zin voor zelfredzaamheid uitgebreid aan bod. Dit typeert volgens de auteur de Amerikaan in zijn zoektocht naar geluk die ondubbelzinnig is terug te vinden in de tweede regel van de Amerikaanse Onafhankelijkheidsverklaring.

De talrijke verblijven van Dominique Dewitte resulteerden in een veertigtal journalistieke werkstukjes omtrent het hedendaags en het minder recente Amerika. Sommige zijn gebaseerd op gekende feiten en anekdotes die deel uitmaakten van het wereldnieuws. Andere daarentegen onthullen dan weer een bij ons minder gekend facet van het Amerikaanse leven. In de aanloop naar de presidentsverkiezingen van 2012 verdiepte hij zich in de archieven van de voorbije zestig jaar. Niet te verwonderen dat ook de fascinerende wereld in en rond het Witte Huis een centrale plaats innemen in zijn boek.

Ondanks het feit dat het boek is samengesteld uit verschillende en soms zeer uiteenlopende items leest AMERICA(N) MATTERS als een boeiend reisverslag over vandaag, gisteren en alles wat Amerika zo uniek maakt en over wat Amerika en Europa scheidt en bindt.

Pittig detail: wat voor sommige VJV-leden een gesel is, is dan weer een weldaad voor anderen. Voor de tweejaarlijkse herscreeningsprocedure van onze leden vormde het boek AMERICA(N) MATTERS van Dominique Dewitte zowat de ideale beoordelingsbasis voor de leden van de Erkenningscommissie. En dat hij daarbij



AMERICA(N) MATTERS – Opmerkelijke Verhalen uit de Machtigste Natie ter Wereld, Dominique Dewitte, Express.be, 2013, zwart/wit, paperback, 254 pagina's, ISBN13: 978-1-484-11350-9, prijs: niet meegedeeld.

met glans en zonder de minste discussie de verlenging van zijn VJV-lidmaatschap en de daarbij horende VJV-perskaart bekwam, hoeft zeker geen betoog!

Walter Ego

Kersen eten om middernacht

Bart Stouten wandelt in Kersen eten om middernacht hand in hand met de lezer door het muzikale landschap van zijn leven. Deze delicate biografie schetst de impact van muziek en literatuur op de auteur als kind, als adolescent en als radio-presentator.

Zijn geliefde componisten en schrijvers zijn 'compagnons de route'. Marcel Proust, een gemankeerde componist, een literaire Bach, wijst vaak de weg. Bart herkent zich in hem en loopt met A la recherche du temps perdu onder de arm in Prousts sporen te Parijs en door de bochten van zijn eigen

bestaan. De schrijver verwoordt zijn liefde voor klassieke muziek zo mooi dat zijn poëtische taal, vol ingeweven stiltes, de allure krijgt van een magistraal muzikaal gebeuren. Met precies gekozen woorden beschrijft hij zijn slapeloze nachten (ook Proust had er last van) waarin klassieke muziek weerklinkt. Het is een boek waarvan je veel passages savouereert als een dure delicatess van bij meester chocolatier Fouquet in Parijs.

Ook Bach installeert zich op zijn levensweg. 'Mama, hoe deed Bach dat eigenlijk, componeren?' vraagt Bartje als uk van zeven. Kersen eten om middernacht reikt antwoorden aan. Dante

en andere grootheden zijn naast Japan en het kabukitheater, klezmermuziek en de Griekse eilanden eveneens haltes waar Stouten op zijn levensreis maar al te graag verwijft.

Luisterend lezen

Wie deze gemeenschappelijke tocht nog intenser wenst te beleven, kan zich onderweg laven aan de muzikale herinneringen van Bart Stouten dankzij twee bijpassende cd's. Bartóks tweede pianoconcert lokte aanvankelijk defensieve reflexen uit bij

vervolg op pagina 12

vervolg van pagina 11

mij, maar het buitengewoon wonderbaarlijke effect van de stilte in de muziek veroverde meteen mijn hart. Die stilte, o, wat hield ik ervan. Stilte was geen nieuw terrein voor mij. Sedert de dood van mijn ouders was het niet langer een te mijden plek, een gevaarzone om me ver vandaan te houden. Bart verliest als jongen van vijftien zijn ouders en tweelingzus in een auto-ongeluk in Duitsland en ligt dagenlang in coma. De stromende woorden-vloed heeft plaats gemaakt voor korte zinnen zonder franje, net zoals bij aanvang van zijn verhaal waar hij in amechtige zinnestelsels over zijn astma, de ziekte van de eenzaamheid waaraan ook Proust leed, vertelt. Zijn zoektocht naar de liefde, van een zelfde puurheid, vloeit dan wel heel lyrisch uit de pen en komt best tot zijn recht in de episode die handelt over zijn verblijf in Japan. Het is onder een kerseelaar in een nachtelijke zentuin, op een magisch liefdesmoment met Kazuo, een monnik, dat zijn liefde voor poëzie wordt geboren en het embryo ontstaat voor de titel van het boek.

Muziekinstrumenten als huisgenoten

Muziekinstrumenten krijgen de status van personages. Hij verklaart zijn liefde aan het klavecimbel; de aanschaf ervan gebeurt als de intrede van een

nieuwe huisgenoot. Een instrument beminnen doe je, zoals in elke liefde, niet alleen in het spel. Je doet het ook in alles wat je erover hoort...Zo gaat hij op historische zoektocht naar de 16de-eeuwse klavecimbelbouwer Hans Ruckers. Op het eind van het verhaal ontdoet hij zich van de piano van zijn jeugd waarop zijn vingers leerden lopen en hem op een avontuurlijke reis door het hooggebergte van de klassiek voerde. Hij schrijft meteen een memoriam; hij componeert een requiem met woorden. Het instrument verandert in een lijkstaf waarin herinneringen ten grave worden gedragen.

Een werk dat inspireert...

Na het langzaam omslaan van de laatste bladzijde van Kersen eten om middernacht wil ik de impact van dit boek een kans geven in mijn eigen leven. Ik beluister Mozarts geniale klanken van KV 466 terwijl ik de bijpassende passage in het boek herlees. Ik wil in het Vleeshuis Ruckers klavecimbels bewonderen alsook Zoutleeuw ontdekken, waar Hadewych ooit woonde, en waar Bart na het verlies van zijn ouders werd opgenomen in het gezin van een vriendin van zijn moeder en haar zoon. Voor wie dit alles te omslachtig is, kan zich comfortabel installeren naast de radio en genieten van de teksten en de zachte stem van Bart Stouten in een van zijn rustgevende programma's op Klara. Hoe noemen ze dat? Een balssem voor de ziel?



Kersen eten om Middernacht werd uitgegeven bij de Bezige Bij Antwerpen ISBN 978 90 8542 504 5 Prijs: €19,95 (boek + cd's: €36). Te verkrijgen bij o.a. De Groene Waterman, Wolstraat 7, Antwerpen

Bart Stouten (Sint-Truiden, 1956) is een Belgisch-Vlaamse licentiaat-vertaler, dichter en radioproducent/presentator bij Klara. Vanaf september 2013 zal Bart Stouten op Klara een dagelijks drie uur durend programma in de voormiddag anchoren: Klara leeft

Chris Rachel Spatz

FOODPRINT1213

Foodprint1213 is reeds aan zijn vierde editie toe en is uitgegroeid tot hét culinaire jaarboek in woord en beeld. Gastheer en topsommelier Joachim Boudens is het nieuwe gezicht van de Nederlandstalige editie van Foodprint. Joachim Boudens is voor de culinaire pers geen onbekende meer. Als mede-eigenaar van restaurant Hertog Jan in Brugge schreef hij samen met Gert Mangleer gastronomische geschiedenis door in nauwelijks zes jaar tijd, als jongste ooit in België en een van de jongste ter wereld, de felbegeerde 3 Michelinsterren binnen te halen.

Een vernieuwde uitdagende cover met uitnodigende titels!

Bij deze vierde editie onderging FOODPRINT1213 een grondige facelift. Hierbij werd bijzonder veel aandacht besteed aan de opmaak en aan de culinaire veelzijdigheid van de inhoud. Zowel aan de buitenzijde als binnenin is het boek uitgegroeid tot een veelzijdig culinair naslagwerk met tot de verbeelding sprekende foto's en uiterst interessante artikels met heel veel achtergrondinformatie over zeer uiteenlopende gastronomische onderwerpen.

Nieuwe rubrieken voor een breed culinair publiek

Inhoudelijk werd een zeer brede kaart getrokken om op die manier ook een zo breed mogelijke doelgroep te kunnen bereiken. Het restaurant dat je niet mag missen, de wijnoogsten kritisch bekeken, de nieuwigheden in foodtrends, eigenzinnige gastronomische columns, een wandeling door de gastronomische media en het meest complete gastronomische jaaroverzicht zijn slechts een kleine

vervolg op pagina 14

Nikon Press Photo Awards 2012 uit

Nikon Belux reikte voor de vijfde keer de Nikon Press Photo Awards (NPPA) uit, de enige officiële prijs voor Belgische persfotografen uit. Twee fotografen vielen in de prijzen: Nick Hannes, fotograaf voor o.a. De Standaard, won met zijn foto over de Europese crisis in Griekenland de Nikon Press Photo Awards. De prijs voor beginnende fotografen, de Young Promising Photographer Award, ging naar Frederik Buyckx die een reeks maakte over de Favela's in Rio. Er werden ook prijzen toegekend aan François Lenoir, Filip Van Roe, Kristof Ramon en Roger Job, respectievelijk in de categorieën news, portrait, sport en stories.

Het fotomuseum van Charleroi was het kader voor de uitreiking van de Nikon Press Photo Awards 2012. Met de organisatie van de Nikon Press Photo Awards zet Nikon de mooiste of meest originele persfoto's van Belgische, of in België verblijvende, persfotografen in de kijker. De NPPA ontstond in 1977 als een initiatief van de Bond van De Belgische Persfotografen. De organisatie van deze officiële erkenning voor persfotografie in ons land werd nadien overgenomen door Nikon Belux in 2007.

Twee Awards werden uitgereikt: de Young Promising Photographer Award (erkenning voor de beste persfotograaf jonger dan 30 jaar) en de Nikon Press Photo Award (de beste persfoto van 2012, gemaakt door een persfotograaf ouder dan 30 jaar). Dit jaar werden er in totaal 127 inzendingen geregistreerd: 19 in de categorie tot en met 30 en 108 in de categorie 30+.

De foto's werden dit jaar beoordeeld door een 6-koppige jury met professionals vanuit verschillende vakgebieden: Rudi Vranckx (VRT), Julien Libert (Collaborateur scientifique - Musée de la Photographie à Charleroi), Christophe De Jaeger (Bozar), Elviera Velghe (Directeur Fotomuseum Antwerpen), Johan Swinnen (Professor aan de Faculteit der Letteren en Wijsbegeerte en Vakgroep Kunstwetenschappen en Archeologie aan de VUB) en Valérie Pierre (Country Manager Nikon Belux). De jury kreeg de foto's van de 127 inzendingen voor zich en moest beslissen welke de beste foto's zijn binnen vier subcategorieën (News, Sports, Portrait en Stories). Uit deze selectie en na het delibereren werd de beste foto voor Nikon Press Photo Award en de Nikon Young Promising Photographer Award gekozen.

Rudi Vranckx, VRT, over de winnende foto van de Nikon Press Photo Award: "De winnende foto van de Nikon Press Photo Awards is echte documentairefotografie, een beeld van de werkelijkheid met extra lagen." Over zijn gevoel bij de hedendaagse persfotografie zegt hij: "Foto's zijn op hun best als ze alle kwaliteiten van short stories hebben en elk een verhaal vertellen zoals een kortfilm. Goede fotografen kijken verder dan het beeld alleen: ze kijken rond in de wereld rondom en daarbuiten maar ook in de verbeelding." Elviera Velghe, directeur Fotomuseum Antwerpen, vult aan: "Het valt me op dat binnen al dat Belgische talent de jonge

generatie er echt staat. Frederik Buyckx, winnaar van de Nikon Young Promising Photographer Award, maakte een zeer sterke reeks met iconische beelden. Talent op internationaal niveau."

Winnaar Nikon Press Photo Award: Nick Hannes (News)



Nick Hannes haalde zijn inspiratie voor de winnende foto in Patras, Griekenland. Op het trouwfeest van Anna (26) en Christos Karalis (44) dansen de genodigden de Sirtaki. Christos is de eigenaar van een benzinstation en besloot zijn trouwfeest daar te organiseren om geld uit te sparen. Nick Hannes brengt via de foto daarmee de economische crisis in beeld, die Griekenland en zijn inwoners in al zijn facetten beïnvloedt. Valérie Pierre, Country Manager Nikon Belux, over de winnende foto: "Telkens we de foto bekeken, ontdekten we een nieuw verhaal. De verschillende lagen vormen een heel rijke geheel wat het heel sterk maakt en dat met "maar" 1 beeld."

Nick Hannes studeerde af aan de Koninklijke Academie van Schone Kunsten te Gent, waarna hij in Nederland en België werkte voor verschillende media. Hij bracht verslag uit over politieke en sociale problemen in Bosnië, Kosovo, Koerdistan, Iran, Irak en het Palestijnse grondgebied. In 2009 bracht hij zijn eerste boek uit, Red Journey, een documentaire over de Sovjetunie. Zijn tweede boek, Tradities, werd gepubliceerd in 2011 en gaat over oervlaamse tradities. Nick Hannes werkt momenteel aan een nieuw project "The Continuity of Man", een documentaire over de mediterrane regio. Naast zijn werk als fotograaf, geeft hij ook nog les aan het KASK.

Winnaar Nikon Young Promising Photographer Award: Frederik Buyckx (Stories)

Frederik Buyckx brengt met "Favela" een serie over het leven in de favela's in Rio De Janeiro. "Met de wereldbeker voetbal (2014) en de Olympische Spelen (2016) in het voor-

vervolg op pagina 14

vervolg van pagina 13

uitzicht worden veel van de Favela's opgekuist. Met grote militaire macht worden drugs en wapens, en al wie er mee te maken heeft, verwijderd uit de Favela om op deze manier terug rust en vrede te brengen in deze gemeenschappen die geleid worden door drugsbaronnen."



Frederick Buyckx volgde een Master programma in Advertising Design in Sint-Lucas Antwerpen, waarbij hij stages liep bij TBWA/Brussels en Duval Guillaume New York. Vandaag volgt Frederik een Master fotografie aan de Koninklijke Academie van Schone Kunsten te Gent. Sinds 2011 werkt hij als freelance fotograaf voor De Standaard en zijn werk werd gepubliceerd in magazines zoals National Geographic Magazine (NL), The New York Times Style Magazine (USA), The Sunday Times Magazine (UK), The New Times Magazine (RUS), Vice.com (UK/FR/BE/ES), PDN Magazine (USA), De Standaard (krant en magazine), De Morgen New-

spaper, Shoot Magazine,

Er werden ook prijzen toegekend aan François Lenoir, Filip Van Roe, Kristof Ramon en Roger Job, respectievelijk in de categorieën news, portrait, sport en stories.

Persfotografie in België

Maarten Goossens, Nikon Professional Service Manager over zijn ervaring met persfotografie in België: "De druk op persfotografen neemt steeds toe. Ze krijgen minder tijd maar tegelijkertijd verwacht men hogere kwaliteit. Daarnaast merk je dat bepaalde thema's vooral door agent-schappen worden gecoverd, terwijl freelancers zich meer en meer op de zijverhalen richten. Hier komt de traditie van "vertellende" reportagefotografie duidelijk naar boven. De toekomst voor deze fotografen is duidelijk: enkel kwaliteitsvolle foto's zullen blijven. Hoe zullen ze omgaan met de mix van video en foto bij de internetpublicaties? Bovendien vindt intussen TV ook de weg naar de tablets via nieuwe apps.". Valérie Pierre, Country Manager Belux, vult aan: « De persfotografie speelt zich niet enkel af in de actie en de actualiteit, maar ondersteunt meer en meer ook de inhoud ervan. In een wereld waarin het visuele aspect van het nieuws steeds meer aan belang wint, heeft fotografie een vertellende functie die het verhaal ondersteunt en meer inzicht geeft."

Voor meer info over de NPPA, surf naar: <http://www.nppa.be/nl>.

[Nota van de redactie: Frederik Buyckx was lid van onze vereniging in 2011]

vervolg van pagina 12

opsomming van de zeer gevarieerde en uiteenlopende inhoud. Op die wijze wordt de Belgische gastronomie, in de ruimste zin van het woord en als een van de allerbeste ter wereld, alle eer aangedaan. De zes uiterst uitgebreide rubrieken 'Jaaroverzicht', 'Persoonlijkheden', 'Food', 'Horeca & More', 'Wine & Drinks' en 'Smaakmakers' geven de lezer het meest complete beeld van wat er in België op gastronomisch gebied zoal te vertellen valt.

Zowel voor de professioneel (zelfs voor de culinaire journalist en verslaggever!) als voor de amateur biedt FOODPRINT1213 alweer een overzichtelijke schat aan actuele gastronomische informatie die in geen enkele andere culinaire publicatie is terug te vinden.

Walter Ego



FOODPRINT1213 is een uitgave van uitgeverij mjPublishing, Eikendreef 21 - 2390 Malle - 03/385 92 78.

www.foodprint.be, www.mjpublishing.be, info@mjpublishing.be

ISBN Nederlandse editie: 978 90 78715 69 6

ISBN Franstalige editie : 978 90 78715 70 2

Prijs: € 20 (incl. BTW)

Het boek kan verkregen worden via de reguliere boekhandel, de dagbladhandel en ook in de Belgische vestigingen van Hanos en ISPC.

Starten met Twitter

Sommige VJV-leden aarzelen om aan Twitter te beginnen; zij vragen zich af of het wel iets voor hen is. Andere leden twitteren er lustig op los. Om ook de beginners te helpen, dit artikel. Hopelijk komen wij binnenkort onze leden ook op Twitter tegen!

Waarom Twitter belangrijk is

Als journalist, reporter of fotograaf kan je niet meer zonder Twitter. Enerzijds is het een bron van informatie, anderzijds is het een publiek waar je, op discrete manier, reclame kan maken voor je werk. En bovendien is het een forum van gelijkgezinden, waarmee je van gedachten kan wisselen. Gelijkgezinden? Klopt. Jij bepaalt namelijk zelf wat je te zien krijgt, door te kiezen welke mensen je "volgt" op Twitter. Het is wel zo dat je ook boodschappen kan zien van anderen, mensen die jij niet volgt, wanneer zij een boodschap rechtstreeks naar jou richten door jouw twitternaam te vermelden. Maar wanneer die boodschappen je irriteren, dan kan je ze blokkeren.

Hoe werkt het?

Eerst even dit. Deze uitleg gaat ervan uit dat je Twitter gebruikt via de website www.twitter.com. Er bestaan namelijk verschillende programma's, zoals apps voor mobiele toestellen (iPhone, Windows Phone, Android), of software voor de desktop, waar de functies en knoppen anders zijn. Over die programma's wellicht meer in een ander artikel.

Het principe is als volgt: iedereen heeft een tijdslijn. Daarop verschijnen

- de boodschappen die jij tweet
- de algemene boodschappen of "tweets" van de mensen die jij volgt
- de boodschappen die anderen rechtstreeks aan jou richten door hun tekst met @jouwnaam te beginnen, ongeacht of jij die mensen volgt of niet volgt
- de boodschappen die twee mensen, die jij ook volgt, aan elkaar sturen door hun zin met @iemandnaam te beginnen.

Naast deze publieke boodschappen, zijn er ook privé-boodschappen (direct message of DM); zo'n boodschap zie jij alleen. Je kan alleen een DM sturen aan een andere twitteraar, indien die jou ook volgt. Let wel goed op wanneer je zelf een privé-boodschap verstuurt - de blunders van Leterme zijn ondertussen legendarisch!

Bij elke tweet in jouw tijdslijn heb je verschillende opties:

- beantwoorden; klik je op beantwoorden, dan wordt een invulvak geopend, met automatisch vooraan de @naam van de persoon. Ook elke andere @naam die in de tweet vermeld wordt, krijgt het antwoord. Dit gebruik je om te reageren, om een gesprek aan te knopen, een vraag te stellen.
- retweeten; al jouw volgers kunnen nu deze tweet zien. Afhankelijk van je programma kan je de tekst enkel



- volledig retweeten, of ook commentaar toevoegen
- toevoegen aan favorieten: een interessante tweet kan je aan je favorietenlijst toevoegen, om later terug te bekijken.
- Meer: geeft toegang tot de optie Delen via e-mail (om de tweet naar iemand te sturen) en Tweet embedden (de tweet in een krantenartikel bijvoorbeeld inbedden, als citaat).

Bij elke tweet kan je, door op de profielfoto te klikken, het profiel van deze persoon bekijken.

Sommige tweets bevatten een # (hashtag of hekje). Daarmee geef je aan over welk onderwerp de tweet gaat. Radio- en tv-programma's werken tegenwoordig heel vaak met zo'n hashtag, bijvoorbeeld #koppen. Alle tweets die zo'n hashtag onderwerp vermelden kunnen heel gemakkelijk gevolgd worden via een zoekactie. Zet bijvoorbeeld in het zoekvak bovenaan #koppen, en je krijgt alle tweets over dit tv-programma; zo kan je tijdens de live uitzendingen de discussies volgen en zelf mee commentaar geven.

Aan de slag!

Na de theorie de praktijk. Surf naar www.twitter.com. Kies eventueel rechts bovenaan de taal (Nederlands). Maak, indien je dat nog niet gedaan had, een account aan. Vul je naam in, je e-mail, en kies een wachtwoord.



Na bevestiging van je account kan je zelf, via de instellingen, een twitternaam kiezen, die naast jouw naam verschijnt; de mijne is @hvangool. Ga hiervoor naar de Instellingen - het

vervolg op pagina 16

vervolg van pagina 15

tandwiel rechts bovenaan. Rechts heb je Account, en daar kan je de gebruikersnaam bepalen. Houd de alias kort - een tweet mag maximum 140 tekens bevatten!

Bij de instellingen kan je je profiel verder aanvullen met de informatie die dan in de header van het profiel verschijnt, zoals een korte omschrijving van wie je bent, je profiel foto, en een link naar de website waar men je vinden kan. Er zijn veel meer instellingen, maar die kan je later rustig uitzoeken.

Sluit af met Wijzigingen opslaan, en je bent terug in de startpagina.

Wie moet je volgen?

Je hebt nu je account. Maar veel gebeurt er niet... Gelukkig heeft Twitter wat suggesties voor jou om te volgen. Vaak zijn dat beroemdheden, zoals een Kim Clijsters (@Clijsterskim). Wil je zo iemand volgen, klik gewoon op de knop Volgen. Telkens je iemand begint te volgen, kan je gaan kijken wie zij op hun beurt volgen - het kan je inspiratie geven om nieuwe mensen te ontdekken. Je kan ook kranten volgen, nieuwsmedia, andere journalisten, ... En Twitter zelf geeft ook suggesties. Zo raakt stilaan je tijdlijn bevolkt met berichten. Ik raad je aan om eerst de kat wat uit de boom te kijken, vooraleer zelf een tweet te plaatsen, om aan te voelen welke toon je best gebruikt in je berichten.

Hoe schrijf je een twitterbericht?

Klik op het vakje met de ganzenvaar rechts bovenaan. Dit opent het dialoogvenster "Wat houdt je bezig?". Schrijf je bericht; onderaan wordt gemeld hoeveel tekens je nog overhebt van de 140 die je toegemeten zijn. Je kan een link toevoegen; die wordt automatisch verkort wanneer je de tweet verstuurt. Je kan ook een foto toevoegen: klik op het icoon met de camera en blader op je computer naar de gewenste afbeelding. Verzend door op de button Tweeten te klikken.

Even de startpagina onder de loep genomen

Bovenaan enkele tabbladjes:

- Startpagina: brengt je altijd terug naar je "home"
- @verbinden: andere twitteraars die op jou gereageerd hebben, je vermeld hebben, of je zijn gaan volgen
- #ontdekken: tweets en twitteraars die volgens Twitter voor jou interessant zijn.
- Ik: brengt je terug naar je persoonlijke pagina, met rechts de tweets die je geplaatst hebt, en links informatie over de mensen die je volgt, de mensen die jou volgen, je favorieten, je lijsten (zie verder).
- het zoekvak: om te zoeken op een bepaald woord of #hashtag, of om te zoeken naar personen
- instellingen: om je profiel te beheren
- nieuwe tweet: om zelf een tweet te schrijven.



Links een balk:

- Vermeldingen: in welke tweets je vermeld wordt
- Privéberichten: je DM's
- Lijsten: de lijsten die je aangemaakt hebt van twitteraars rond bijvoorbeeld een bepaald thema (BV's, mijn vrienden, enz.) Het voordeel van zo'n lijst is dat je, wanneer je hem aanklikt, enkel de tweets te zien krijgt van de mensen op deze lijst. Handig wanneer je bijvoorbeeld overdag niet online kan, want dan kan je 's avonds snel even deze tweets overlopen. Tip: je kan ook lijsten volgen die anderen hebben aangemaakt, zoals de lijst be-journalists van @quadcomm.
- Netwerkactiviteit: niet wat de mensen in jouw netwerk getweet hebben, maar wat zij gedaan hebben: iets aan favorieten toegevoegd, iemand gevolgd, enz.
- Topverhalen: tweets die veel reactie teweegbrengen (vaak favoriet gemaakt, vaak geretweet)
- Trends: hashtags en onderwerpen die op dit moment veel getweet worden.

Concreet gebruik van Twitter:

- Er gebeurt iets; iemand zegt dat hij getuige is. Je kan hem/haar contacteren om een interview af te nemen
- Discussies rond een bepaalde uitspraak van een politicus of een BV kunnen je inspiratie geven voor een artikel
- Je hebt een foto van een bepaalde gebeurtenis; je kan die publiceren op Twitter - en media kunnen je contacteren om je foto (tegen betaling) te mogen gebruiken.
- Je volgt collega's journalisten/fotografen en ziet wat hen bezighoudt. Een beetje spionage misschien, maar het helpt je om je bij te scholen.

Zo. Met deze erg simpele beginstappen is er geen enkele reden meer om niet op Twitter te zijn. Hopelijk tot gauw! Je vindt me op Twitter als @hvangool, en uiteraard heeft VJV ook een account, dat is @vjvinfo. En wanneer je op Twitter bent, geef ons een seintje? Wij voegen je graag toe aan onze lijst met VJV-journalisten - zo kunnen we samen een hechte gemeenschap uitbouwen!

Vragen over Twitter? Contacteer me op Twitter, of mail me hvangool@hvangool.be.

Hilde Van Gool