

Mediaplatform

***Vlaamse Vereniging van Journalisten
VVJ***

+

***Vakbonden
ACV-ABVV-ACLVB***

VOOR HET BEHOUD VAN HET PLURALISME EN DE KWALITEIT VAN HET NIEUWS

**Een zwart-, wit- en draaiboek
over de mediacrisis en haar uitwegen
in 2009-2010**

***Vlaamse Staten-generaal van de Media
19 maart 2009***



INHOUD

Inleiding	5
Deel 1. Zwartboek	
SITUERING VAN DE HUIDIGE MEDIACRISIS	6
Drie omwentelingen in twee decennia	6
Maatschappelijke rol van de media	9
Staat van het nieuwsaanbod in Vlaanderen	10
<i>Vooruitgang</i>	10
<i>Pluralisme in gevaar</i>	11
<i>Kwaliteit op de helling</i>	12
Kwaliteit is mensenwerk	13
Deel 2. Witboek	
UITWEGEN VOOR DE MEDIACRISIS	17
1. Eigenaars en aandeelhouders: (blijven) investeren	17
2. Mediadirecties: beter management	18
3. Journalisten en andere mediawerkers: zin voor aanpassing	19
4. De overheden: wettelijke ingrepen en voorwaardelijke perssteun	20
5. De burger: kritisch maar constructief meedenken	22
Deel 3. Draaiboek	
STRATEGISCHE NOTA TER VERBETERING VAN DE KWALITEIT VAN HET NIEUWS	24
I. <u>Leidraad voor de overheden</u>	24
1. Pistes voor specifieke wetswijzigingen	24
<i>a) Loonlastenverlaging</i>	24
<i>b) Verbetering van de arbeidsvoorwaarden</i>	25
<i>c) Een betere sociale zekerheid voor zelfstandige journalisten</i>	27
<i>d) Auteursrechten</i>	28
<i>e) Verbetering van het wettelijke beroepsstatuut van journalisten</i>	29
2. Herijking van het federale en communautaire steunbeleid aan de media met het oog op echte kwaliteitswaarborgen	31
II. <u>Leidraad voor de sectoren en bedrijven</u>	36
1. Sectorale pistes	36
2. Scenario's op bedrijfsniveau	37

Inleiding

De mediasector maakt nooit geziene woelige tijden mee. Er wordt naar hartenlust gesaneerd en geherstructureerd, en daar zijn zowel redacties als drukkerijen en omroepen het slachtoffer van¹. Ook journalistenjobs sneuvelen bij tientallen, en dan gaat het nog niet eens over de talloze freelancers die geruisloos op zwart zaad worden gezet. Tegelijk worden almaar meer synergieën doorgevoerd, ook op redactioneel vlak. Meer en meer gaat het erop lijken dat we straks in een heel ander, schraler medialandschap ontwaken. Hoog tijd dus voor een stevige bezinning door alle betrokkenen - van de mediamanagers over de journalisten tot de politieke verantwoordelijken en het publiek. Want de media laten we best niet alleen aan louter commercieel geïnspireerde uitgevers en directies over.

Deze nota omvat drie delen. In het eerste gaan we op zoek naar de context van de huidige mediacrisis. Zo kunnen we in deel 2 op zoek gaan naar gerichte oplossingen. Die worden in deel 3 verder uitgewerkt in de vorm van een strategische nota ter verbetering van de positie van de mediawerker en de kwaliteit van het nieuws. Deze nota is met andere woorden een combinatie van zwart-, wit- en draaiboek over de huidige mediacrisis en haar uitwegen.

Deze nota wordt gedragen door het Vlaamse Mediaplatform, dat een tiental jaar geleden het licht zag. Dit Mediaplatform omvat de beroepsunie VVJ (Vlaamse Vereniging van Journalisten) en de drie vakbonden ACV, ABVV en ACLVB. Ook die laatsten bekommeren zich immers om de situatie van het mediapersoneel en dus ook om de toekomst van de media in het algemeen.

De analyses en voorstellen uit deze nota hebben in principe betrekking op alle mediawerkers, zowel de leveranciers van mediacontent als de collega's die voor de logistieke ondersteuning tekenen. Sommige passages focussen weliswaar expliciet op redacties en journalisten.

¹ Eind 2008 kondigde Corelio een collectief ontslag aan van 60 personeelsleden (op +/- duizend in het totaal): 25 arbeiders, 20 bedienden en 15 journalisten. Parallel hiermee kregen 35 freelance persfotografen te horen dat schrijvende collega's hun werk zouden overnemen. Een dag later meldde De Persgroep dat ze bij *De Morgen* 26 mensen weg wil, of een kwart van de redactie. Bij VTM worden 23 banen geschrapt. Eerder verklaarde de VRT al dat 150 natuurlijke afvloeiers niet worden vervangen. Sanoma doekte het magazine *Milo* op, enkel maar wegens tegenvallende reclamecijfers. Ontslagen vielen verder nog te betreuren bij SBS, Jok Foe, Outside Broadcast...

DEEL 1. ZWARTBOEK

SITUERING VAN DE MEDIACRISIS

De crisis treft iedereen, waarom de mediasector dan niet? De vraag ligt voor de hand nu de hele economie in een recessie is beland. Als er in alle sectoren duchtig in de kosten wordt geschrapt en jobs sneuvelen bij bosjes, waarom zouden de Vlaamse mediahuizen daaraan dan ontsnappen? Te meer nu ook in het buitenland kranten en omroepen zwaar te lijden hebben onder de crisis.

Toch is er wat de Vlaamse media betreft wel wat meer aan de hand. Al bij al is de huidige crisis het gevolg van drie fundamentele ontwikkelingen in de jongste twee decennia. Die beuken vandaag cumulatief in op de redacties en andere mediavloeren, en zetten journalisten en ander personeel onder druk op een manier die nooit is gezien.

Drie omwentelingen in een kwarteeuw

1.

In de jaren '80 van de vorige eeuw maakte de Vlaamse pers definitief de omslag van (partij)politiek georganiseerde en geïnspireerde entiteiten naar zuiver commercieel gerunde ondernemingen. Terwijl de politiek verkavelde krantenbedrijven van weleer nog elk hun ideologisch afgebakend en gewaarborgd publiek hadden en dit ook hun enige referentie was, streven de commercieel geïnspireerde mediahuizen vandaag louter omzet- en rendementsmaximalisatie na. In de tv-sector werd op 1 februari 1989 het monopolie van de openbare VRT doorbroken in het voordeel van de commerciële zender VTM. Het gevolg zijn een **commercialisering** en **mediaconcurrentie** die ongetwijfeld positieve, maar jammer genoeg ook negatieve effecten hebben gehad voor de kwaliteit van het nieuws en de mediacontent in het algemeen. Hoe hard het ook moge klinken, voor de moderne mediabedrijven primeert niet de inhoudelijke kwaliteit of het pluralisme van de geboden informatie, wel of er optimaal winst wordt geboekt. Deze media-economische logica kan even goed tot verschraling en nivellering leiden als tot kwaliteit en pluralisme. Kwaliteit en pluralisme vormen voor de bedrijfsleiders en eigenaars in het moderne mediabestel met andere woorden geen primair doel, enkel een mogelijk bijproduct op weg naar rendement.

Ongetwijfeld moet dit verhaal worden genuanceerd. Zo zal de openbare omroep zich per definitie minder door de markt laten leiden dan haar commerciële concurrenten, wat tot uiting kan komen in een vrij doorgedreven actualiteits- en duidingsaanbod dat niet steeds op de hoogste kijk- en luistercijfers mikt. Verder staat het vast dat ook binnen het commerciële printmediabestel een heus kwaliteitsaanbod bestaat, met kranten en magazines die dit label zeker verdienen². Een specifieke illustratie van het uitgeven tegen de commerciële stroom in is het magazine *Mo** van Roularta. Daarbovenop zullen alle mediaverantwoordelijken hun uiterste best doen om binnen het kader van de wettelijkheid te blijven, wat ook weer bepaalde kwaliteitsgaranties inhoudt³. Bovendien hechten journalisten sinds mensenheugenis heel veel belang aan het respecteren van een eigen deontologie⁴. Samen met de Vlaamse mediadirecties richtte de VVJ in 2002 de Raad voor de Journalistiek (www.rvdj.be) op, zodat deze beroepsethiek nog beter kon worden bewaakt. Maar op de keper beschouwd zijn en blijven dit wel degelijk uitzonderingen op de dominante commerciële bedrijfscultuur in het Vlaamse mediabestel van vandaag.

2.

Binnen die context kregen de gevestigde media zowat tien jaar geleden te maken met een nieuwe uitdaging in de vorm van de (nog vaak zo genoemde) **'nieuwe media'**. Digitale technologie deed de mogelijkheden om informatie te verspreiden exponentieel toenemen, en daar maakten velen ten overvloede ook gebruik van. Iedereen kan voortaan met woord en beeld het internet op. Het resultaat is een nog veel grotere concurrentie voor de 'klassieke' media. Met name jongeren blijken de mainstreammedia pers en omroepen eerder links te laten liggen en zoeken graag de nieuwe, alternatieve informatiekanalen op. Meer en meer rijst de vraag of de bedrijfsverantwoordelijken van de Vlaamse media voldoende alert op die ontwikkelingen hebben ingespeeld. Tot dusver zijn de Vlaamse ceo's er nauwelijks in geslaagd op internet economisch verantwoorde businessmodellen te ontwerpen. Het ene mediahuis presteerde weliswaar beter dan het andere. Zo doet Corelio ten minste verdienstelijke pogingen om met www.standaard.be een kwaliteitsvol betaalmodeel op het internet te ontwikkelen. Maar

² Daarbij zullen de zogenaamde 'populaire' titels soms niet geheel ten onrechte opmerken dat het verschil tussen beide groepen aan het verkleinen is. Ook 'tabloids' kunnen kwaliteitsinformatie leveren. Overigens valt het met het niveau van de Vlaamse populaire pers in vergelijking met het buitenland best mee. En hoe dan ook hebben populaire media de verdienste dat ze een (veel) groter publiek bij het nieuws betrekken.

³ Men denke aan de wettelijke bepalingen inzake laster en eeroof, bescherming van de privacy of reclame. Op te merken valt dat in het kader van de juridisch-gerechtigde aansprakelijkheid van de pers niet de uitgever de eerste verantwoordelijke is, maar wel de journalist (artikel 25 Grondwet op de getrapte aansprakelijkheid in persaanleggenheden). Dit kan een uitgever of redactieverantwoordelijke er toch weer toe aanzetten het toch niet zo nauw te nemen met deze of gene wettelijke bepaling.

⁴ Die is sinds 1953 vastgelegd in specifieke codes. De vandaag gangbare teksten zijn de Internationale Verklaring van Rechten en Plichten (München, 1971) en de Belgische Code van Journalistieke Beginselen (Brussel, 1982). Op dit moment wordt aan een actualisering van deze codes gewerkt op Vlaams niveau. Voor een goed begrip: deze deontologie omvat minimumregels voor het journalistieke functioneren. Ze vormt nog geen sluitende waarborg voor een subjectief gewenst 'kwaliteitsniveau' in de berichtgeving.

in het algemeen hebben de Vlaamse uitgevers door hun inertie op de digitale snelweg ongetwijfeld vitale kansen verspeeld.

Parallel met de 'nieuwe media' kregen de mainstreammedia met nog een belangrijke challenger te maken: de **gratis pers**. In de Vlaamse dagbladsector bleef het fenomeen met *Metro* al bij al nog beperkt - gelukkig maar. Maar in de weekbladsector gaven meer en meer uitgevers wel royaal informatie weg. Op het internet werd 'gratis' zelfs de regel, wat deze nieuwe informatieplatformen bijna volledig overleverde aan de goodwill van adverteerders.

Opnieuw is de vraag: hebben de Vlaamse mediabazen de evolutie wel voldoende ingeschat? Zijn ze niet te snel meegegaan in de tendens van 'vergratissing' van het nieuws? Informatie - en zeker kwaliteitsinformatie - mag best iets kosten. En het maakt de media zoveel minder afhankelijk van de reclamesector. Het argument dat die informatie toch altijd ergens gratis verschijnt, is te makkelijk. Media die investeren in een eigen nieuwsaanbod, kunnen en moeten er ook alles aan doen om ongewettigde overnames daarvan te vervolgen. Zo hebben de Franstalige dagbladuitgevers met hun succesvolle gerechtelijke actie tegen *Google News* bewezen dat internetparasitisme echt wel af te straffen valt.

3.

De 'nieuwe' en gratis media vormen een structurele uitdaging voor de mainstreammedia, die zich eraan moeten aanpassen op het gevaar af uit de markt te worden gespeeld. En alsof dat nog niet genoeg was, is de mediasector sinds een goed half jaar tijd ook nog eens in een mogelijk nooit geziene **conjunctuurcrisis** beland. Die vindt haar oorsprong niet in de mediasector zelf, wel in een tragisch casinokapitalisme.

Een belangrijke vaststelling: deze crisis vreet niet of nauwelijks aan de markt van de nieuwsconsumenten. Integendeel: de honger van het publiek naar (kwaliteits)informatie blijkt nooit groter te zijn geweest. Waar het stukt, is bij de reclame-inkomsten. Zo heeft de belangrijke jobadvertentiemarkt te lijden van het instorten van de arbeidsmarkt. Mogelijk kleuren de reclamecijfers op het einde van 2009 dus rood. Maar of dat zo donkerrood zal zijn als door sommigen wordt voorspeld, valt af te wachten. Niemand weet op dit ogenblik met zekerheid hoe diep en - vooral - hoe lang de recessie zal inwerken. Meer en meer experts gaan er vanuit dat we tegen het jaareinde opnieuw uit het dal zullen kruipen. Bij zo'n heropleving, zo leert het verleden ook weer, is de reclamemarkt een van de eerste die weer opveert. Er is in het licht van de conjunctuurcrisis nog een vaststelling te doen: in de voorbije jaren hebben alle mediahuizen winsten geboekt, doorgaans zelfs royale winsten⁵. Dat laat toe te veronderstellen dat allen voldoende financiële reserves opzij hebben gezet om een recessie als deze even uit te zweten.

⁵ Roularta: nettowinst 2006: 24,8 mio, nettowinst 2007: 15,9 mio; De Persgroep: nettowinst 2006: 20,4 mio, nettowinst 2007: 34,1 mio; Corelio: nettowinst 2006: 9,8 mio, nettowinst 2007: 6,4 mio; Concentra: nettowinst 2006: 5,9 mio, nettowinst 2007: 5,2 mio.

Anno 2009 komen de drie vermelde ontwikkelingen samen: commercieel gerunde bedrijven worden met structurele concurrenten geconfronteerd en belanden tegelijk in een conjuncturele storm. Het gevolg is nog méér van hetzelfde: de mediahuizen kiezen voor een nog commerciëlere koers, nog meer rationalisering en saneringen. Ook de nieuwsredacties ontspringen de dans niet. Het maakt de vraag hoe het dan zit met het pluralisme van de pers en de kwaliteit van het nieuwsaanbod, prangender dan ooit.

Maatschappelijke rol van de media

De vraag naar de kwaliteit en het pluralisme van het Vlaamse nieuwsaanbod is alleszins van wezenlijk belang.

Iedereen zal beamen dat massamedia een vrij bijzondere rol vervullen in een maatschappij. Ze vormen een kleurrijke biotoop waarin het socio-culturele erfgoed van een samenleving volop kan gedijen en overleven. Tevens zijn media als onafhankelijke informatieleveranciers - meer en meer ook als interactieve informatieplatformen - een fundamentele bouwsteen van de democratie. De uitdrukking 'vierde macht' is wat overdreven, aangezien de media niet over de dwangmiddelen beschikken die de overheid heeft. Maar journalisten hebben wel een essentiële rol te vervullen als eerstelijns waarnemers en dito commentatoren van het maatschappelijke gebeuren. Hun verantwoordelijkheid is er een van 'waakhond van de democratie'.

Dat leidt tot een moeilijke paradox: uitgesproken commerciële mediabedrijven worden verondersteld een essentiële maatschappelijke rol te vervullen. De fundamentele vraag is dan hoe deze tegenstelling te overbruggen valt. Een vraag die vandaag prangender is dan ooit.

Een ding is zeker: alle spelers zullen hun verantwoordelijkheid moeten opnemen, van de eigenaars van de mediabedrijven over het personeel tot de overheid. Een collectieve bezinning hierover is zeker op haar plaats. De Vlaamse Staten-generaal van de Media van 19 maart 2009 komen dan ook niets te vroeg.

Voor ieders verantwoordelijkheden precies kunnen worden bepaald, is het nodig dieper in te gaan op de huidige staat van de Vlaamse journalistiek. Hoe zit het vandaag met het pluralisme van onze pers? En haalt ons nieuwsaanbod het kwaliteitsniveau dat ervan mag worden verwacht?

Staat van het nieuwsaanbod in Vlaanderen

De vrije marktomgeving waarin de (nieuws)media sinds een jaar of twintig functioneren, heeft ontegensprekelijk voordelen voor de kwaliteit en het pluralisme van het nieuwsaanbod.

Daarmee is jammer genoeg niet alles gezegd. Voor iedereen is intussen wel duidelijk dat de zakelijk-economische logica die het mediabestel vandaag domineert, erg sterk aan het doorschieten is⁶. Deze nadelen van de galopperende commercialisering worden in het licht van de huidige structuur- en conjunctuurcrisis alleen maar duidelijker.

Vooruitgang

- ★ De scherpe onderlinge concurrentie tussen kranten en magazines heeft deze ertoe aangezet zich voortdurend aan te passen en te verbeteren om een zo groot mogelijk publiek te bereiken. Het gevolg is dat het nieuws in de geschreven pers vandaag toegankelijker is dan vroeger. De keuze van thema's, de uitwerking, de stijl en vormgeving kunnen zonder twijfel het publiek meer bekoren dan pakweg twintig jaar geleden het geval was.
De opsplitsing van de lezersmarkt in een segment voor hoger opgeleiden en een meer populair segment waarborgt bovendien dat ook zogenaamde 'kwaliteitstitels' een kans krijgen. Daarbij komt dat ook de zogenaamde 'populaire titels' in Vlaanderen/België tot nader order een verdedigbaar niveau halen, dat alleszins hoger ligt dan het prestatieniveau van sommige tabloids in de buurlanden. Hoe dan ook hebben populaire media de verdienste dat ze een groter publiek betrekken bij het nieuws, politieke informatie inbegrepen.
- ★ Vlaanderen beschikt met de VRT over een performante openbare omroep. Er kan lang en uitvoerig gedebatteerd worden over het kwaliteitsniveau van de openbare omroep, maar zeker is wel dat hij vandaag alle Vlamingen bereikt en kan aanspreken. In 1989 werd het televisie-monopolie van de VRT doorbroken, en zag VTM het licht. Daarmee werd ook de commercialisering van de audiovisuele mediasector ingezet. De komst van VTM heeft ontegensprekelijk nieuwe tv-kijkers ertoe aangezet om het nieuws te volgen. Bovendien had VTM de verdienste de VRT tot (nog) betere prestaties te dwingen. De omroepsector is de

⁶ Voor een scherpe analyse van deze realiteit: Cas Goossens, *De macht van de media – de markt is baas*, Van Halewyck, 2009

voorbij decennia verder opengebloeid, met het opduiken van zowel lokale en regionale als thematische zenders. Nu wil Alfacam met Exqi aantonen dat generalistische televisie zeker nog een bestaansrecht en een toekomst heeft.

- ★ Het vrije marktsysteem maakt het, in combinatie met de nieuwe mediatechnologieën, ook mogelijk dat ‘nieuwe media’ zich vrij ontwikkelen, met name op internet. Ook de traditionele mediabedrijven zijn de weg naar de nieuwe mediaplatforms ingeslagen. Die ‘nieuwe’ media zorgen ontegensprekelijk voor een bijkomend informatieaanbod voor de mediaconsument⁷. Mogelijk lokken ze ook weer nieuwe groepen (met name jongeren) naar het nieuws, wat opnieuw een democratisch surplus oplevert.

Pluralisme in gevaar

- ☞ Het pluralisme in de Vlaamse pers slinkt zienderogen. Een belangrijk gevolg van de voortschrijdende commercialisering is namelijk dat alle mediahuizen vandaag ijveren voor een zo groot mogelijk afzetgebied op grosso modo dezelfde markt. Dat leidt tot verschraling, synergie, concentratie. Bij Corelio verdween *Het Volk* en worden *De Standaard* en *Het Nieuwsblad* almaar meer door dezelfde, eengemaakte redactie gemaakt. Bij De Persgroep is *De Morgen* langzaam maar zeker aan het verdampen, geprangd als ze zit tussen *De Tijd* en *Het Laatste Nieuws* in. Ook bij Concentra leveren *Gazet van Antwerpen* en *Het Belang van Limburg* quasi dezelfde kopij, de regionale pagina’s buiten beschouwing gelaten. Hoogstens maakt een uitgever nog een onderscheid tussen een paar deelmarkten, en wordt er gediversifieerd tussen een ‘kwaliteits’ en een ‘populair’ nieuwsaanbod (met binnen dat laatste aanbod dan ook nog een ruime waaier aan regionale berichtgeving). Maar meer en meer gaan mediaverantwoordelijken ervan uit dat er straks in elk marktsegment nog plaats zal zijn voor een enkele titel. De drie grote Vlaamse krantenuitgevers zouden dan elk binnen hun eigen segment nog een enkele titel uitgeven. Zo’n quasi-monopoliesituatie is ook vanuit democratisch oogpunt problematisch te noemen.
- ☞ Ook de VRT werkt nu, gedreven door de digitale mogelijkheden, met een eengemaakte redactie voor radio, tv en internet. Van zo’n rationalisering had men verwacht men dat ze gepaard zou gaan met een uitbreiding van het intrinsieke nieuwsaanbod. Dat blijkt in de praktijk niet het geval: er is integendeel sprake van een verschraling van het nieuwsaanbod⁸.

⁷ Voorbeelden zijn Uitpers, Indymedia.be, e-Diogenes.

⁸ Dat blijkt uit een enquête die de redactieraad in 2008 onder de medewerkers van de redactie hield.

- ☞ Het is een algemene vaststelling: de technologische evolutie maakt het dan wel mogelijk dat er steeds meer informatieplatforms worden gecreëerd, in de realiteit blijken al die mediaplatforms steeds minder authentiek nieuws voort te brengen. Sommige alternatieve nieuwssites leveren weliswaar verdienstelijke pogingen tot het brengen van een aanvullend nieuwsaanbod. Maar bij gebrek aan voldoende bedrijfsmiddelen blijven die pogingen toch vaak steken in goede bedoelingen zonder dat ze een echte toegevoegde informatiewaarde hebben. De Amerikaanse publicist Andrew Keen gaat in zijn boek *De @-cultuur* nog een stap verder, en stelt dat het Web 2.0 en de ‘amateurs’ die er actief op zijn, onze cultuur ronduit kapot maken. Internet moet dringend (opnieuw) in handen komen van echte professionals, aldus Keen.

Kwaliteit op de helling

- ☞ Er is ook een wijdverbreide klacht dat de intrinsieke kwaliteit van het nieuwsaanbod achteruit gaat. Aan illustraties geen gebrek. Zo stellen sommige redactiechefs een veertienjarige als richtsnoer voor het niveau van de informatie die ze in de krant willen. In vele media wordt enorm zwaar gefocust op faits divers en societynieuws, ten koste van politiek, buitenlands of cultureel nieuws. Ook de druk om almaar de eerste te zijn weegt zwaar op redacties, en fnuikt de ambitie van vele journalisten om goede - relevante en correcte - informatie te brengen⁹. Almaar meer politici klagen zelf over het bedroevende niveau van de verslaggeving in de huidige nieuwsmedia¹⁰. De opmars van onlinenieuws heeft de tijdsdruk overigens fenomenaal doen toenemen. Sommige redactiekaders zetten redacteurs en fotojournalisten er intussen al te vaak toe aan de grenzen van de privacy te overschrijden in de jacht naar steeds spectaculairder nieuws. Het niveau van de onderzoeksjournalistiek in Vlaanderen is beschamend laag, de facto besteden de Vlaamse mediahuizen hieraan nauwelijks of geen middelen¹¹.
- ☞ Dezelfde commerciële logica zet de mediahuizen ertoe aan in de zoektocht naar nieuwe inkomsten soms verregaande toegevingen te doen aan adverteerders en nieuwsconsumenten. Vooral het eerste kan zowel de onafhankelijkheid als de intrinsieke kwaliteit van het nieuwsaanbod zwaar onder druk zetten. Publireportages of ‘advertorials’ staan, zeker wanneer ze niet goed als zodanig worden geafficheerd, haaks op elke ernstige journalistiek.

⁹ Deze realiteit is onlangs nog door de Britse topjournalist Nick Davies vlijmscherp aangekaart in zijn boek *Flat Earth News* (Chatto & Windus, Londen, 2008).

¹⁰ De klacht wordt vaak als volgt geformuleerd: als een journalist tegenwoordig een politicus benadert, is de eerste vraag ‘waarover het eigenlijk gaat?’, in plaats van dat de journalist na een min of meer grondige studie van het dossier met gerichte vragen voor de dag komt.

¹¹ Enkele uitzonderingen daargelaten, is het vandaag in Vlaanderen vooral het door de overheid gefinancierde Fonds Pascal Decroos dat onderzoeksjournalistieke projecten mogelijk maakt. Het Fonds ontvangt jaarlijkse 250.000 € waarvan 125.000 € betemd is voor werkbeurzen.

- ☞ Ter verduidelijking. De werking rond journalistieke deontologie, die de VVJ samen met de Vlaamse mediadirecties gestalte heeft gegeven in de Raad voor de Journalistiek, speelt in belangrijke mate in op deze negatieve tendensen. Zo bewaakt de Raad onder meer de deontologische principes qua correctheid van de informatie en respect voor de privacy - principes die sinds lang in de journalistieke beroepscode voorkomen. Maar verder dan het bewaken van deze minimumnormen voor het journalistieke functioneren gaat de Raad voor de Journalistiek niet. Voor 'kwaliteitsnieuws' bovenop het deontologisch minimum, dringen belangrijke extra inspanningen zich op.

Kwaliteit is mensenwerk

De mediasector leeft van 'content,' het weze in de vorm van informatie/nieuws, het weze in de vorm van reclame. We herinneren eraan dat in deze crisistijden het informatieaanbod en de consumentenmarkt hetzelfde blijven presteren, in tegenstelling tot de ineenschrompelende reclamepoot. Deze content wordt per definitie door mensen aangebracht, wat van de media een arbeidsintensieve sector maakt¹².

Toch zijn de problemen die mediawerkers vandaag in de praktijk ervaren enorm groot. In het kader van de Franse Staten-generaal voor de Media, die president Nicolas Sarkozy in oktober 2008 organiseerde, drukte de president zelf het uit als volgt: *"Het grootste gevaar dat de pers vandaag bedreigt, is de verpaupering. De verpaupering van de inhoud, de verpaupering van de redacties, de verpaupering van de netwerken met de verdwijning van te veel buitenlandse correspondenten, en de verpaupering van het beroep, met slecht betaalde en slecht uitgeruste journalisten met een onzekere toekomst."*

Een belangrijk deel van de problemen situeert zich op het niveau van het eigenlijke journalistieke werk. De digitale revolutie heeft tot een sterke toename van het aantal informatieve publicaties geleid, met name op het internet. Almaar meer 'burgerjournalisten' gaan met een eigen 'nieuwsblog' aan de slag. Op zich is tegen die evolutie niets in te brengen - ze levert mogelijk zelfs een democratisch surplus op. Maar het gevolg is wel dat de **algemene nieuwsmedia, met de professionele journalisten die er werken, almaar meer voor de voeten worden gelopen door**

¹² Zie onder meer Iris Musschoot & Bart Lombaerts, *Media in beweging. Handboek voor de professional*, lannoo-campus, Luven, 2008.

niet-professionelen die even veel aanspraak maken op journalistieke faciliteiten. Het werk van de 'echte' beroepsjournalist wordt op die manier soms ronduit onmogelijk gemaakt.

Een tweede soort van problemen situeert zich op de redactievloeren. In de praktijk blijken alle mediamanagers op hun personeel de bedrijfseconomische regels toe te passen die ze voor hun algemene management hanteren. Dat komt neer op een loutere fixatie op kostenbeheersing en winstmaximalisatie, zonder veel bekommernis om de kwaliteit.

De voorbeelden zijn legio.

- ☞ In het permanente streven naar kostenbeperking worden redacties zo klein mogelijk gehouden. Ondertussen wordt van journalisten wel steeds meer en sneller werk verwacht. Dat leidt tot een al te hoge werkdruk op de meeste redactievloeren en verhoogt de risico's op mindere kwaliteit en zelfs fouten¹³. Diverse recente studies en enquêtes bevestigen dat de combinatie **onderbezette redacties/overdreven werkdruk** een van de belangrijkste pijnpunten is voor de journalisten van vandaag¹⁴.
- ☞ Ook het fenomeen van de **multifunctionele en overal inzetbare journalist** is in volle opgang. Aan redacteuren wordt meer en meer gevraagd ook beeldmateriaal te leveren, videojournalisten worden verondersteld zowel inhoudelijke als technische topkwaliteit te leveren, journalisten krijgen steeds vaker ook lay-outwerk of productieactiviteiten te verrichten... Ongetwijfeld wordt dit tot op zekere hoogte mogelijk gemaakt door de technologische ontwikkelingen in de communicatiesector. Niettemin verhoogt een en ander op soms onmenselijke wijze de werkdruk van de journalist. Bovendien lijdt in vele gevallen ook weer de kwaliteit (en zelfs de deontologie) van het geleverde werk onder de evolutie. Zo houdt goede beeldjournalistiek - persfotografie dan wel camerawerk - echt wel meer in dan even op een knopje drukken.

¹³ Voor eventuele beroepsfouten zijn journalisten nota bene in principe persoonlijk aansprakelijk (artikel 25 Grondwet, dat de getrapte aansprakelijkheid in persaanleggenheden regelt).

¹⁴ Zopas nog publiceerde de Gentse Arteveldehogeschool een wetenschappelijk onderzoek over werkdruk, werkstress en burnout bij Vlaamse beroepsjournalisten. Eén op tien heeft te maken met een klinische burnout, twee op tien vertonen een verhoogd burnout-risico. Zie Marleen Teugels, Elke Van Hoof, Kristof Mory en Hans De Witte, *Burnout in de Vlaamse pers: een tijdbom onder de redacties*, gepubliceerd in *De Journalist* van februari 2009.

- ☞ De **lonen en vergoedingen van terreinjournalisten** zijn betrekkelijk bescheiden. Het meest te klagen hebben nog altijd de freelance journalisten, die tegen werkelijk beschamend lage tarieven worden vergoed¹⁵. Dat ligt anders voor meer en meer hoofdredacteurs en andere redactieverantwoordelijken, die volgens het bonusprincipe worden vergoed en belangrijke extra's incasseren wanneer hun titel bepaalde omzetnormen haalt. Of zo'n praktijken bevorderlijk zijn voor het pluralisme en de kwaliteit van het nieuws, is op zijn beurt een boeiende discussie waard.

- ☞ Ondertussen blijft het fenomeen van de **schijnzelfstandigheid** in de Vlaamse media voortwoekeren. Ook al lijkt dit probleem juridisch uitgeroeid, dit wegens de heel beperkte invulling die het Hof van Cassatie aan 'schijnzelfstandigheid' heeft gegeven, in de praktijk worden nog heel wat journalisten continu door redactieverantwoordelijken ingeschakeld en opgevorderd zonder dat hen een behoorlijk arbeidscontract wordt gegund.

- ☞ Ook daarbuiten is er de jongste jaren een onmiskenbare tendens naar **flexibilisering van de arbeidsstatuten** in de journalistiek. Hiervan zijn vooral jongere krachten het slachtoffer. Het groeiende fenomeen van de tijdelijke arbeidsovereenkomsten en interimcontracten illustreert dit ten overvloede. De werkonzekerheid die hiermee gepaard gaat, is allerm minst bevorderlijk voor de kwaliteit en onafhankelijkheid die maatschappelijk gezien van journalistiek werk mogen worden verwacht.

- ☞ De combinatie van hoge werkdruk, een bescheiden vergoeding en slechte werkomstandigheden leidt ertoe dat vele beginnende journalisten snel weer **uitstromen**. De gemiddelde Vlaamse journalist zit vijftien jaar in het vak. Dit heeft een directe weerslag op het niveau van ervaring en het 'geheugen' in de sector, en dus op de kwaliteit van het journalistieke werk.

- ☞ Voor journalisten die het wel langer volhouden loert nog een ander gevaar om de hoek. Een hardnekkig verschijnsel in de mediahuizen is dat '**oudere' journalisten** vanaf een zekere leeftijd door hun hiërarchie aan de deur worden gezet. Ze zouden dan minder productief geworden zijn, of moeite hebben met de technologische evoluties, of zelfs ronduit te duur geworden zijn. Al langer is duidelijk dat die praktijk een nefaste invloed heeft op de kwaliteit en diepgang van het aanbod.

¹⁵ Zie het Vademecum voor Zelfstandige Journalisten van de VVJ, dat ook op www.journalist.be is gepubliceerd.

☞ Nog een ander pijnpunt is dat sommige mediamanagers hun redacties de **redactionele onafhankelijkheid** ontzeggen die nochtans elementair is voor een eerlijke en correcte informatie. De huidige crisis verscherpt nog het gevaar dat directies en hoofdredacties journalisten dwingen om hun redactionele werk te vermengen met publicitaire of promotionele belangen. Een redactiestatuut, dat de verhoudingen tussen redactie, hoofdredactie en management duidelijk beschrijft, kan hieraan tegemoet komen. Op basis van zo'n statuut kan een redactieraad zich formeel kanten tegen elke ongeoorloofde inmenging van de directie in het journalistieke werk. Het getuigt van de te eenzijdig commerciële opstelling van mediaverantwoordelijken dat ze hun redacties geen redactiestatuut willen toekennen. Of dat ze nalaten het behoorlijk na te leven als het er wel is.

De huidige crisistoestand blijkt de situatie van werknemers en medewerkers in de mediasector nog te verergeren. De collectieve ontslagen die eind 2008 in enkele mediahuizen zijn aangemeld, springen het meest in het oog. Maar intussen worden elders ook op individuele basis werknemers ontslagen en freelancers aan de kant gezet. Nieuwkomers worden systematisch bedacht met zeer tijdelijke en flexibele arbeidsstatuten, en ook het vergoedingsniveau boert zienderogen achteruit. De werkdruk neemt op vele redactievloeren stilaan dramatische proporties aan. Het is, met andere woorden, hoog tijd dat zowel de overheid als de mediaverantwoordelijken inspanningen doen om het personeel van de mediahuizen tegemoet te komen.

DEEL 2. WITBOEK

UITWEGEN VOOR DE MEDIA CRISIS

Iedereen zal inspanningen moeten doen om de vele uitdagingen te lijf te gaan.

Weliswaar blijft in elk mediabedrijf de *menselijke factor* cruciaal. Willen we dus de kwaliteit van ons media-aanbod op het huidige niveau behouden, dan kan in principe geen enkele mediawerker worden gemist.

Daarom zullen in eerste instantie toch inspanningen moeten worden geleverd door andere actoren, op andere niveaus dan de werkvloeren. Met name van de directies en aandeelhouders mogen bijzondere engagementen worden verwacht. Ook het publiek en - meer nog - de overheid hebben een rol te spelen. Die hangt rechtstreeks samen met het grote maatschappelijke belang van de nieuwsmedia. Het belet niet dat ook alle journalisten en andere mediawerkers kritisch over hun rol moeten nadenken, om daaruit de gepaste verantwoordelijkheden af te leiden.

1. Eigenaars en aandeelhouders: (blijven) investeren

Voor zowel grooteigenaars als kleinere aandeelhouders van de Vlaamse mediabedrijven is dit het moment om te getuigen van echt engagement in hun mediaproject. Noem het een bijzonder vorm van ethisch ondernemen. De uitzonderlijke crisissituatie die de media beleven, verantwoordt dat tijdelijk wordt afgezien van de klassieke winstcijfers. Of nog dat bij mindere resultaten van een deel van de groep het solidariteitsprincipe wordt toegepast, zodat ook wat minder presterende delen de nodige overlevingskansen krijgen.

Personeel en medewerkers van de diverse mediahuizen stellen die vraag met des te meer klem nu alle mediahuizen het de voorbije jaren bedrijfseconomisch meer dan behoorlijk hebben gedaan. Dat heeft ook voor de aandeelhouders mooie dividenden opgeleverd.

Om zich de volgende jaren bedrijfseconomisch te handhaven en te ontwikkelen, moeten de mediabedrijven verder investeren in creativiteit, innovatie en technologie. Die uitdaging is misschien nog het grootst voor de audiovisuele media, die zich in een sterk gelokaliseerde en internationale markt bevinden. Van echt geëngageerde eigenaars kan vandaag meer dan ooit worden verwacht dat ze in hun onderneming

blijven geloven en investeren.

Eén ding is zeker: in het met de dag uitdijende informatiemoeras zal het grote publiek almaar meer op zoek gaan naar betrouwbare informatie, die aansluit bij zijn noden en verlangens. In die zin is de toekomst van de mediasector fundamenteel verzekerd. Het verantwoordt des te meer dat er vandaag middelen en mensen worden vrijgemaakt om de toekomst van de mediasector vorm te geven.

2. Mediadirecties: beter management

Naast de aandeelhouders moeten ook de mediadirecties en hoofdredacties¹⁶ een tandje bijsteken. Zij moeten hun kranten, magazines, omroepen en websites definitief de nieuwe mediatijden binnenloodsen. Dat veronderstelt dat ze (eindelijk) nieuwe businessmodellen ontwikkelen die voldoende levensvatbaar zijn. Onvermijdelijk zullen daarbij de klassieke mediapaden worden verlaten. Zo is de toekomst overduidelijk aan sterke multimediale merken¹⁷. Printmedia zullen daarbij een belangrijke rol blijven spelen, maar even goed staat het vast dat onlineplatforms almaar belangrijker zullen worden.

Mediadirecties moeten er bij dat alles op letten niet toe te geven aan de verleidingen van de 'alles gratis cultuur'¹⁸. Informatie - en zeker kwaliteitsnieuws - is een behoorlijk arbeidsintensieve aangelegenheid en daar mag dus een prijs voor worden gevraagd. De Vlaamse pers haalt zijn inkomsten momenteel in een fifty/fifty-verhouding uit de lezersmarkt en de reclamemarkt, en dat blijkt vandaag een goede zaak. Het is aan de stabilisering van de lezersmarkt te danken dat de mediacrisis niet veel erger uitvalt dan nu het geval is. Amerikaanse kranten zijn veel afhankelijker van reclame-inkomsten (80 pct.) dan van lezersbijdragen (20 pct.), wat hen veel gevoeliger maakt voor de kleinste conjunctuurschommelingen.

Maar zo'n stabilisering van de lezers- en kijkersmarkt moet je ook nog verdienen, elke dag opnieuw. En aangezien media op 'content' draaien, en 'content' mensenwerk is, moeten ceo's en hoofdredacties dringend meer aandacht besteden aan een goed personeelsbeleid. Dat betekent bij voorbeeld dat redacties optimaal worden bezet. Nieuwe krachten moeten serieuze arbeidscontracten krijgen, en geen preciaire tijdelijke statuten. Ook bij het werken met onderaannemers - zoals de productiehuisen en facilitaire bedrijven in de omroepsector - moet de arbeidswetgeving worden gerespecteerd. Freelancers moeten eindelijk behoorlijk worden vergoed, en ook zij

¹⁶ Hoofdredacteurs bevinden zich tegenwoordig in hun verhoudingen met de werkvloer vrij systematisch aan de kant van de directies. Ze zijn de 'laatste der directeurs' geworden in plaats van de 'eerste der redacteurs'.

¹⁷ Die focus op het mediamerk impliceert ongetwijfeld een zekere marketing, maar daar mogen redacties niet worden bij betrokken. Tussen die laatste en de commerciële diensten van het mediabedrijf blijft best een goede buffer staan, gebaseerd op een stevig redactiestatuut.

¹⁸ Cfr. Walter Isaacson in *Time* van 2 maart 2009.

moeten een minimum aan bestaanszekerheid krijgen. Het dumpen van oudere journalisten mag nu echt wel stoppen. Als een afscheid zich toch opdringt moet dat gebeuren in de beste sociale omstandigheden, met maximaal gebruik van de mogelijkheden inzake tijdskrediet of eindeloopbaanregeling.

Redactieverantwoordelijken maken ook nog te weinig gebruik van bijscholings- en reconversiemogelijkheden om personeelsleden aan boord te houden in het bedrijf.

Over deze loon- en werkvoorwaarden wordt bij voorkeur sectoraal overleg gevoerd. Zo krijg je minimumregelingen waar geen enkel mediabedrijf nog onder gaat. Voor de mediahuizen zelf zou een sectoraal overeengekomen arbeidsstatuut voor journalisten en andere mediawerkers als voordeel hebben dat veel ongewenst personeelsverloop wordt vermeden.

Vanzelfsprekend beletten sectorale cao's niet dat individuele werkgevers bedrijfsregelingen treffen die nog beter uitvallen.

Kwaliteit heeft tot slot te maken met de onafhankelijkheid van de redactie, die in eer en geweten verslag kan uitbrengen over het nieuws dat ze belangrijk vindt. Dat veronderstelt van managers en redactiechefs de naleving van zowel de beroepsethische codes als een redactiestatuut. Over redactionele kwesties moet er steeds maximaal overleg worden gepleegd met een redactieraad als spreekbuis van de redactie.

3. Journalisten en andere mediawerkers: zin voor aanpassing

Het staat vast dat de werknemers en medewerkers van de mediahuizen niet verantwoordelijk zijn voor de huidige crisis. In principe moeten zij er dan ook niet voor betalen, noch via afdankingen of afvloeiingen, noch via een verslechtering van hun loon- en arbeidsvoorwaarden. De nood aan kwalitatieve mediacontent - de belangrijkste levensverzekering die de media hebben - impliceert juist dat het personeel maximaal wordt gevalideerd.

Niettemin zijn alle personeelsleden bereid om mee verantwoordelijkheid op te nemen in de strijd tegen de mediacrisis. Dat betekent dan in de eerste plaats dat ze alles op alles blijven zetten voor een kwalitatieve berichtgeving aan hun publiek. Minstens zullen zij zich daarbij rekenschap geven van hun beroepsethische verplichtingen, zoals sinds lang opgenomen in diverse deontologische codes.

Maar op alle redactievloeren zijn de journalisten bereid tot meer. Als geen ander zijn ze zich ervan bewust dat de technologische evolutie andere, complexere taakinvullingen mogelijk maakt. Zo wordt het voor redacteuren steeds makkelijker om hun teksten meteen ook te layouten. Zo is het ook voor omroepjournalisten steeds duidelijker dat ze tot op zekere hoogte zelf moeten bijdragen tot de vormgeving en de technische realisatie van de content.

Niemand betwijfelt bovendien dat de toekomst multimediaal is¹⁹. Alle journalisten beseffen dat ze meer en meer crossmediaal moeten denken en werken. Zo staan print- en omroepjournalisten meer en meer voor de uitdaging om ook online inspanningen te doen. Op redacties bestaat een grote bereidheid tot een eerlijke reflectie hierover.

Het belet niet dat hierbij steeds ook rekening moet worden gehouden met andere elementen dan kostenefficiëntie. Om te beginnen kan niet worden aanvaard dat de inhoudelijke kwaliteit van de berichtgeving onder deze evolutie lijdt. Zo houdt beeldjournalistiek (persfotografie en videojournalistiek) nog steeds veel meer in dan zo maar even op een knopje drukken. Deze elementaire taak wordt momenteel dan ook veel te snel overgedragen aan redacteurs (schrijvende journalisten). Verder is het duidelijk dat de werkdruk onder geen beding mag toenemen. Tot slot moeten steeds voldoende opleidingen in de nieuwe technologie worden voorzien.

In het algemeen bestaat bij journalisten trouwens een brede goodwill om gebruik te maken van bijscholings- en reconversiemogelijkheden. In deze snel veranderende maatschappij en nog sneller evoluerende mediasector, is flexibiliteit meer dan ooit aan de orde. Maar dat veronderstelt natuurlijk ook dat die navormings- en omschakelmogelijkheden door de bedrijfsleiding worden aangeboden. En laat dat nu net zijn waar het schoentje knelt.

4. De overheden: wettelijke ingrepen en voorwaardelijke perssteun

Traditioneel heeft de overheid een onthoudingsplicht ten aanzien van de media. Voor een goede werking van de democratie is het nu eenmaal vooral van belang dat redacties vrijuit hun ding kunnen doen. In het algemeen wordt er dan van uitgegaan dat het pluralisme van de pers en de kwaliteit van het nieuwsaanbod voldoende zullen worden beschermd.

Maar zoals de recente beurscrisis het faillissement van het wilde kapitalisme heeft blootgelegd, toont de huidige mediacrisis de beperkingen van het moderne mediabestel aan. En zoals de overheid volop investeert om het financiële systeem overeind te houden, past het haar om ook aan de mediasector steun te geven. In het licht van de galopperende commercialisering van de nieuwsmedia, wordt het tijd dat de overheid haar onthoudingsplicht omzet in een zorgplicht. Dat kan langs twee kanalen.

¹⁹ Zie *De Journalist* van maart 2008: 'Multimediajournalist staat voor belangrijke uitdagingen'.

1. De overheid dient om te beginnen zelf ook te blijven investeren in de mediasector.

De VRT wordt als openbare omroep voor twee derde met publieke middelen gefinancierd. Het is van groot belang dat de overheid deze middelen in de openbare omroep blijft investeren. Daarbij moet heel veel aandacht gaan naar producties van Vlaamse makelij. Meer dan wat ook scoren zij bij het publiek en bieden ze garanties voor de kwaliteit en het pluralisme van nieuws en duiding, maar ook van cultuur en entertainment²⁰.

Maar ook de private mediabedrijven genieten vandaag van belangrijke overheidsstimulansen. Op federaal vlak gaat het vooral om voordelige post- en telefoontarieven, lage spoor- en luchtvaarttarieven en BTW-vrijstellingen. Op communautair niveau wordt sinds jaren perssteun verleend voor opleidingen of investeringen in nieuwe technologie. De commerciële omroepen genieten dan weer van beschermende reclamewetgeving. Zeker het vermelden waard zijn nog de lucratieve overheidsadvertenties die zowel federale als communautaire beleidsverantwoordelijken met grote regelmaat in alle media laten verschijnen.

Van journalistenzijde wordt die perssteun zeker geapprecieerd, en een verhoging ervan in deze barre tijden zou zeker meegenomen zijn. Onder meer investeringssteun voor nieuwe informatieplatforms kunnen de mediabedrijven vandaag best gebruiken. En wellicht kunnen ook op fiscaal of sociaalrechtelijk vlak (eventueel tijdelijke) extra steunmaatregelen voor de mediasector worden uitgewerkt.

Daar mag het niet bij blijven. De VVJ (Vlaamse Vereniging van Journalisten) vraagt al lang dat de perssteun aan de mediabedrijven wordt gekoppeld aan striktere voorwaarden, die rechtstreeks de kwaliteit van het nieuwsaanbod bevorderen. Concreet gaat het dan om factoren als de bezetting van de redacties, het beschikken over cao's en het naleven van loon- en werkvoorwaarden, het naleven van minimumvergoedingen voor freelancers, het aanbieden van voldoende bijscholings- en reconversiemogelijkheden in het bedrijf, het beschikken over en respecteren van redactiestatuten. Aan de VVJ moet een sleutelrol toekomen voor de controle van deze toekenningsvoorwaarden. Wetgevingstechnisch kan deze verbetering overigens uiterst snel worden doorgevoerd. De Vlaamse perssteun wordt sinds een vijftiental jaar toegekend via een Protocol tussen de Vlaamse Overheid en de sector van de schrijvende pers, en die regeling kan heel flexibel worden herbekeken.

²⁰ Zie de nota van Ivo HENDRIX, bedrijfsvrijgestelde ACV-VRT, voor de Staten-generaal van de Media van 19.03.2009. De overheid moet zorgen voor een evenwichtige financiering, en ze moet synergieën tussen de verschillende audiovisuele media en producenten stimuleren en faciliteren zodat het rijke aanbod van Vlaamse productie gevrijwaard blijft. Het Vlaams Audiovisueel Fonds is met zijn budget van € 13 miljoen een krachtig instrument om Vlaamse audiovisuele creatie te stimuleren.

2. In tweede orde kan de overheid werk maken van enkele *directe verbeteringen van het wettelijke statuut van de mediawerker.*

De wet van 30 december 1963, die de erkenning van beroepsjournalisten regelt, is op een paar punten aan modernisering toe. Zo is iedereen het erover eens dat de wet dient uitgebreid te worden tot de zogenaamde 'journalisten van beroep' die werken voor gespecialiseerde media, en van wie de erkenning wordt geregeld door een KB van 12 april 1965. Door de eenmaking van beide wettelijke statuten houden professionele journalisten die werken voor publieksmedia nog een enkel officieel statuut over. Zo wordt het makkelijker om hun noodzakelijke werkfaciliteiten (de officiële perskaart om te beginnen) te verdedigen tegen de vele 'nieuwe' journalisten die almaar meer ook informatie verspreiden²¹. Ook de voorwaarde in de wet dat het statuut van beroepsjournalist (of journalist van beroep) niet verenigbaar is met enige commerciële nevenactiviteit, is zeker in het licht van de huidige crisis aan herziening toe.

Een rechtstreekse verbetering van het persoonlijke statuut van de (beroeps)journalist kan ook worden gerealiseerd via de sociale of fiscale wetgeving. Behoort, gelet op het arbeidsintensieve karakter van de mediasector, een specifieke loonlastenregeling niet tot de mogelijkheden? Specifiek voor de freelancejournalisten kan worden gedacht aan een uitbreiding van het kunstenaarsstatuut en van het wettelijk voorziene aanvullende pensioenstelsel voor journalisten. Ook andere verbeteringen van de sociaalrechtelijke en fiscale positie van journalisten behoren tot de mogelijkheden.

5. *De burger: kritisch maar constructief meedenken*

Welke rol is bij dat alles weggelegd voor de burger - om wie het uiteindelijk toch allemaal is te doen? Her en der wordt ervoor gepleit het publiek meer inspraak te geven in wat de media doen. Hun grote maatschappelijke belang verantwoordt nu eenmaal dat ook zij - zoals de overheid - nauwgezet worden gecontroleerd.

²¹ Dit is geen kwestie van corporatisme. Journalistiek is een vrije activiteit, en iedereen die dat wil kan zich journalist noemen. Maar jammer genoeg is er op de persplaatsen in het parlement, in een justitiepaleis, in een voetbalstadion of in de bioscoop geen ruimte voor alle 'nieuwe' journalisten die dankzij de digitale revolutie ook 'nieuws' produceren op internet. Met het oog op een accurate informatieverstrekking aan het grote publiek, is en blijft het essentieel dat beroepsjournalisten die werken voor brede publieksmedia bepaalde werkfaciliteiten hebben.

Ongetwijfeld is het van groot belang dat het publiek de media kritisch volgt en ook journalisten permanent op hun verantwoordelijkheden kan wijzen. Maar of dat moet leiden tot extra toezichtsorganen, zoals sommigen suggereren, lijkt ons een brug te ver. Nu al beschikt het publiek immers over een kapitale sleutel om zijn oordelen en wensen te ventileren: dat is zijn koop-, lees-, kijk-, luister- en surfgedrag. In het kader van de toegenomen interactiviteit zijn de mogelijkheden om persoonlijk te reageren op het werk van de media bovendien fenomenaal toegenomen. En dan is er nog de Raad voor de Journalistiek, waarin onafhankelijke burgers ook al een gewaarborgde vertegenwoordiging hebben.

Wat ons betreft moet de overheid dus niet onmiddellijk investeren in dergelijke controle-initiatieven. Maar een uitbreiding en verfijning van het KIK-project, dat middelbare scholieren laat kennis maken met kranten in de klas, zijn wel het overwegen waard²².

²² Inspiratie kan ook nog worden gehaald bij het project 'Education aux médias' in de Franse Gemeenschap.

DEEL 3. DRAAIBOEK

STRATEGISCHE NOTA TER VERBETERING VAN DE POSITIE EN HET STATUUT VAN DE JOURNALIST ALS WAARBORG VOOR DE KWALITEIT VAN HET NIEUWS

I. Leidraad voor de overheden

In dit luik worden politieke pistes voor de verbetering van de positie van de journalist op een rij gezet zonder onderscheid te maken naargelang het beleidsniveau. Federale en communautaire/regionale maatregelen lopen dus door elkaar. Ongetwijfeld kunnen de communautaire overheden ook initiatieven stimuleren die op het federale politieke niveau dienen uitgewerkt.

1. Pistes voor specifieke wetswijzigingen

a) Fiscale en parafiscale loonlastenverlaging voor de mediasector

De mediasector is zoals aangegeven betrekkelijk arbeidsintensief. Als sector met een onmiskenbare maatschappelijke verantwoordelijkheid die vandaag in moeilijkheden verkeert, zouden de media moeten kunnen rekenen op gunstmaatregelen met betrekking tot de loonkosten.

Deze werkgelegenheidsbevorderende maatregelen mogen weliswaar enkel worden toegekend aan mediabedrijven die voldoen aan welbepaalde voorwaarden. Zie hiervoor verderop in deze nota het luik 'Krachtlijnen voor een nieuw toekenningsstelsel voor perssteun aan de media'.

b) Verbetering van de arbeidsvoorwaarden

b.1/ Oprichting van een paritair comité voor de media

In 2002 werd het paritair comité 227 voor de audiovisuele sector opgericht. Het pc is bevoegd voor de loon- en arbeidsvoorwaarden in de commerciële omroepsector. Ook hun onderaannemers – productiehuisen en facilitaire bedrijven – vallen onder het toepassingsgebied. Het pc 227 is bovendien bevoegd voor de ‘nieuwe’ media, die zich bij voorbeeld op internet ontwikkelen.

VRT en RTBF vallen momenteel niet onder de bevoegdheid van dit paritair comité. Bij de oprichting ervan was bij de VRT dan ook amper sprake van contractuelen. Het ambtenarenstatuut was er nog de regel. Nu heeft zowat 60 procent van het personeel al een bediendenstatuut en dooft het ambtenarenstatuut uit.

Het is opvallend dat de schrijvende pers niet over zo’n nationaal paritair comité beschikt. Tot 1996 bestond wel nog een nationale cao tussen de Belgische dagbladuitgevers en de beroepsjournalisten die voor hen werken, maar deze overeenkomst werd door de werkgevers opgezegd, in essentie omdat de regeling hen te duur leek. Sindsdien gelden de nationale minimumregelingen van pc 218, al dan niet aangevuld door bedrijfscao’s. Dat levert een versnipperd beeld op van verschillende regelingen, afspraken en procedures, zelfs binnen dezelfde persbedrijven.

Op sociaal vlak zou het een stap vooruit zijn te kunnen beschikken over een ruimer sociaal overleg- en reguleringskader voor de pers. Daartoe is de oprichting van een nieuw globaal pc voor alle media de meest aangewezen oplossing. Hierin kan dan het pc 227 samen met de persbevoegdheid van andere pc’s worden geïntegreerd. Enkel zo komt er een coherent sociaal kader voor de hele pers- en mediasector.

Er moet op gelet worden dat in het nieuwe pc een duidelijke plaats wordt voorzien voor de AVBB (VVJ – AJP) als officiële beroepsvereniging van de beroepsjournalisten. Dit kan minstens de vorm aannemen van een gewaarborgde plaats als deskundige.

De federale minister van Tewerkstelling en Arbeid kan de oprichting van een nieuw PC lanceren.

Bij inertie van de mediasector zelf, kan het (zowel federale als communautaire) steunbeleid aan de pers worden gebruikt als hefboom om de werkgevers tot het nodige engagement te dwingen.

b.2/ Kwaliteit van de informatie veronderstelt kwaliteit van de arbeid

In vele mediahuizen is sprake van te zware werkomstandigheden met onverantwoorde werkdruk. Werkdruk en flexibiliteit moeten daarom wezenlijk beheersbaar worden. In grote mate volstaat het daartoe dat de sociale wetgeving niet langer overtreden wordt. Dat belet weliswaar niet dat deze wetgeving gespecificeerd kan worden volgens de situatie van de verschillende beroepsgroepen in elk mediabedrijf.

Een paritair comité is het ideale vehikel om hiervan werk te maken. Op korte termijn moeten in dit kader afspraken kunnen worden gemaakt over werktijden en uurroosters, overuren, thuiswerk, preciaire contracten, zelfstandigen, ruimte voor opleiding en bijscholing, aflijnen van de polyvalente inzetbaarheid, onregelmatige diensten, en dies meer.

b.3/ Inperking preciaire statuten zoals tijdelijke en interimcontracten

Steeds meer beginnende mediawerkers worden bedacht met een tijdelijk of interimcontract. Dit kan beantwoorden aan bepaalde bedrijfsnoden, maar deze contracten blijken ook wel nodeloos lang te worden gehanteerd.

Onder meer voor de (beginnende) journalist resulteert dit in onvoldoende werkzekerheid, wat maar moeilijk verenigbaar is met de noodzakelijke intellectuele onafhankelijkheid die nochtans elementair is voor echte persvrijheid.

De vakbonden klagen al langer aan dat er vandaag te vaak misbruik wordt gemaakt van het interim-statuuut. Aan de overheid komt het toe ter zake beperkend op te treden.

b.3/ (Re)activering van oudere journalisten door gerichte sociale impulsmaatregelen

Het is in de mediasector, meer bepaald op redacties, een oud zeer: journalisten worden snel afgeschreven door hun bazen. Maar zelden halen journalisten een volledige loopbaan²³. Daardoor verdwijnt een belangrijke hoeveelheid 'geheugen' al te snel van de redactievloeren, wat rechtstreekse gevolgen heeft voor de kwaliteit van het nieuwsaanbod.

De mediasector heeft dan ook alle baat bij een algemeen stimuleringsbeleid ter zake. Ook aanvullende maatregelen ten bate van de mediasector zijn te overwegen.

²³ Onderzoek van de Universiteit Gent toont dat de gemiddelde carrière duur van de Vlaamse beroepsjournalist 11,5 jaar was in 2003 en 15 jaar in 2008. Zie *De Journalist* van juli 2008.

c) Een betere sociale zekerheid voor zelfstandige journalisten

c.1/ Vermoeden van arbeidsovereenkomst voor de sociale zekerheid

Conform het bestaande kunstenaarsstatuut, moeten alle journalisten die tegen betaling prestaties verrichten voor een mediabedrijf, voor de sociale zekerheid als werknemers worden beschouwd.

Het gaat om een weerlegbaar vermoeden, dat enkel kan worden weerlegd door een zelfstandigheidverklaring van de journalist. Met andere woorden: enkel journalisten met een zelfstandigheidsverklaring kunnen nog als zelfstandig journalist werken. Om misbruiken door de werkgevers te vermijden, veronderstelt zo'n zelfstandigheidsverklaring evenwel dat aan enkele specifieke minimumvoorwaarden wordt voldaan.

c.2/ Uitbreiding van het wettelijke aanvullende pensioenstelsel voor beroepsjournalisten naar zelfstandige beroepsjournalisten

Een koninklijk besluit van 27 juli 1971²⁴ voerde voor erkende beroepsjournalisten in loondienst een wettelijk stelsel van aanvullend pensioen in²⁵. Dit wordt gefinancierd door een aanvullende werkgeversbijdrage van 2 procent op het brutoloon en een aanvullende werknemersbijdrage van 1 procent op het brutoloon.

Dat dit aanvullende pensioen enkel voor loontrekkende beroepsjournalisten geldt, wordt al lang als een discriminatie in het nadeel van de zelfstandige beroepsjournalisten gezien.

Ook het onderscheid met de 'journalisten van beroep' van de gespecialiseerde/periodieke pers, roept vragen op. Bij de integratie van de beroepsstatuten 'beroepsjournalist' en 'journalist van beroep' (zie d.1/) moet er dan ook worden op gelet dat het aanvullende journalistenpensioen voor de volledige nieuwe categorie van professionele journalisten van toepassing is.

²⁴ Koninklijk besluit tot vaststelling voor de beroepsjournalisten van de bijzondere regelen betreffende het ingaan van het recht op pensioen en van de bijzondere toepassingsmodaliteiten van het koninklijk besluit nr. 50 van 24 oktober 1967 betreffende het rust- en overlevingspensioen voor werknemers, *Belgisch Staatsblad 20 augustus 1971*).

²⁵ Dit aanvullende journalistenpensioen kwam tegemoet aan de belangrijke verzetsinspanningen die Belgische journalisten tijdens de twee wereldoorlogen leverden.

d) Auteursrechten

d.1/ Verscherping van de wetgeving op auteursrechten ter vrijwaring van de rechten van de auteur/journalist

De wet van 30 juni 1994 heeft volledig terecht de bescherming op zich genomen van de auteurs van een origineel werk. Auteurs – en daar horen ook journalisten bij – beschikken principieel over alle vermogens-, beheers- en morele rechten op hun creaties.

Snel na de inwerkingtreding van de wet zijn de Belgische uitgevers evenwel begonnen met het afnemen van deze auteursrechten van de journalist, via zowel individuele contracten als collectieve arbeidsovereenkomsten. De uitgevers willen zo maximaal profijt halen uit het werk van hun journalisten in het perspectief van de multimediale ontwikkelingen.

Vandaag willen diezelfde uitgevers zelfs nog een stap verder gaan, en lobbyen ze voor een wettelijk vermoeden van overdracht van auteursrechten aan de uitgever, dit naar het Angelsaksische *copyright*-model.

De VVJ pleit voor een terugkeer naar het oorspronkelijke concept van een zuiver auteursrecht, dat de auteur opnieuw in ere herstelt en hem loon naar werken geeft.

Financieel betekent dit:

- ✓ Voor elk eerste gebruik van een journalistieke bijdrage moet een gewone vergoeding worden betaald, het weze een loon, het weze een honorarium (plus onkostenvergoeding).
- ✓ Voor elk hergebruik van de journalistieke bijdrage zijn aanvullende auteursrechten verschuldigd.
- ✓ De inschakeling van journalisten in multimediamerken moet noodzakelijkerwijs gepaard gaan met een verhoging van de vergoeding (de basisvergoeding of het auteursrecht) voor hun werk.
- ✓ Onder geen beding kan worden ingegaan op de vraag van de Belgische uitgevers om in de auteurswet het primaire beschikkingsrecht aan de uitgevers te geven.

Ook op moreel vlak moet de auteur terug de werkelijke beheerder van zijn werk worden. Zo dient hij volwaardig geraadpleegd te worden bij elk hergebruik van zijn bijdragen, en moet hij zijn toestemming kunnen geven voor elke aanpassing die eraan gebeurt. Dit is des te belangrijker in het licht van de getrapte verantwoordelijkheid in persaangelegenheden uit artikel 25 Grondwet, die de allereerste aansprakelijkheid voor eventuele fouten in een persbijdrage bij de journalist persoonlijk legt.

d.2/ Verduidelijking van het nieuwe fiscaal statuut van auteursrechten

Nog belangrijker is dat de overheid duidelijkheid geeft over de draagwijdte van de wet van 16 juli 2008, die met ingang van 1 januari 2008 een nieuw fiscaal regime voor auteursrechten heeft ingevoerd. Auteursrechten worden nu, na een interessante forfaitaire kostenafrek, belast tegen een bevrijdende roerende voorheffing van 15 procent die door de uitgever wordt ingehouden.

Op zich is deze wetswijziging ongetwijfeld positief voor de auteur.

Alleen blijken in de praktijk de uitgevers nu alle vergoedingen aan freelancejournalisten om te zetten in auteursrechten²⁶. De VVJ en de JAM betwijfelen dat de fiscus en de RSZ of RSVZ dit zullen aanvaarden, en ze worden in die mening gesterkt door de minister van Financiën²⁷. De uitgevers van kranten en magazines houden echter voet bij stuk, reden waarom deze hoogst rechtsonzekere situatie dringend moet worden uitgeklaard.

e) Het wettelijke beroepsstatuut van journalisten - Aanpassingen van de wet van 30 december 1963 betreffende de erkenning van beroepsjournalisten

e.1/ Eenmaking van de wettelijke statuten van beroepsjournalist (algemene informatiemedia) en journalist van beroep (gespecialiseerde informatiemedia)

Deze eenmaking leidt tot nog één enkel wettelijk statuut voor alle professionele journalisten, ongeacht of ze voor algemene of gespecialiseerde media werken. Zo wordt het mogelijk de belangen van deze journalisten op het terrein beter te verdedigen in hun verhouding met de ontelbare 'nieuwe' maar niet-professionele journalisten, die door de technologische revolutie ook actief zijn in de informatie- en communicatiesamenleving van vandaag.

²⁶ IPM, uitgever van *La Libre Belgique*, ging zelfs zover meteen de betalingen aan de freelancers te verlagen 'teneinde het nieuwe fiscale voordeel mooi te verdelen tussen de uitgever en de journalist'.

²⁷ Bericht van 4 december 2008 verschenen in het *Belgisch Staatsblad* van 9 december 2008: "Er kan op basis van de nieuwe wet geen sprake van zijn om inkomsten die vandaag uit bezoldigingen of winsten van vrije beroepen bestaan, morgen in auteursrechten om te zetten." Dit standpunt is door minister van Financiën Reynders bevestigd in zijn antwoord op een mondelinge vraag van senator Monfils op 19 februari 2009.

- Afschaffing van het KB van 12 april 1965 tot instelling van identificatiedocumenten en -kentekens ten behoeve van de leden van de periodieke pers voor gespecialiseerde informatie (*B.S. 21 mei 1965, err. 29 juni 1965*)
- Enkel indien wetgevingstechnisch nodig: wijziging van de erkenningsvoorwaarde in artikel 1, 3° van de wet van 30 december 1963 betreffende de erkenning en de bescherming van de titel van beroepsjournalist, door toevoeging van de notie “gespecialiseerde berichtgeving”:
“in zijn hoofdberoep en tegen bezoldiging deelnemen aan de redactie van dag- of periodieke bladen, radio- of televisienieuwsuitzendingen, filmjournaals of persagentschappen, een en ander voor algemene [of gespecialiseerde] berichtgeving”

e.2/ Versoepeling van het professionele combinatieverbod als erkenningsvoorwaarde voor beroepsjournalisten (inclusief de journalisten van beroep)

Artikel 1, 5° van de wet van 30 december 1963 betreffende de erkenning en de bescherming van de titel van beroepsjournalist bepaalt dat deze erkenning onder meer afhangt van de voorwaarde “geen enkele vorm van handel drijven en met name geen op reclame gerichte werkzaamheid uitoefenen, behalve als directeur van een blad, een nieuwsuitzending, een filmjournaal of een persagentschap.”

De onderliggende gedachte bij deze voorwaarde is de onafhankelijkheid van de beroepsjournalist te waarborgen, dit als tegenprestatie voor de faciliteiten die hij door zijn erkenning krijgt.

Een te strenge toepassing van deze voorwaarde leidt er evenwel toe dat beroepsjournalisten met preciaire arbeidsstatuten - vooral freelancers, maar meer en meer ook tijdelijke en interimkrachten - onvoldoende bestaanszekerheid kunnen opbouwen. Bovendien schiet zo'n rigoureuze toepassing in de praktijk ook het doel van de intellectuele onafhankelijkheid voorbij.

De bepaling kan versoepeld worden door de toevoeging “geen enkele vorm van handel drijven [die de professionele onafhankelijkheid van de journalist in het gedrang kan brengen]”. De concrete invulling hiervan komt toe aan de Erkenningscommissie voor beroepsjournalisten (opgericht bij KB van 16 oktober 1991).

De allereerste erkenningsvoorwaarde - dat journalistiek het bezoldigde hoofdberoep moet uitmaken (artikel 1, 3° van de wet van 30 december 1963) - blijft overeind.

2. Herijking van het federale en communautaire steunbeleid aan de media in functie van echte kwaliteitswaarborgen

Situering

De overheid investeert sinds vele decennia veel geld in de mediasector. Dat komt allereerst tot uiting in het volle aandeelhouderschap van de openbare omroepen, maar daarnaast genieten ook de privé-media heel wat steunmaatregelen. De overheid doet dit vanuit de bekommernis een kwalitatief en pluralistisch media-aanbod in stand te houden, wat opinievrijheid en democratie moet waarborgen.

Sinds zowat vijftig jaar verleent de federale overheid sectorale, onrechtstreekse steun aan de pers. Het gaat om verminderde posttarieven, een btw-nultarief, lage spoor- en telefontarieven. Deze voordelen zijn substantieel en komen tegemoet aan elk persbedrijf.

In 1974 kwam daar een rechtstreekse steun voor dagbladen bij. De voorwaarden voor toekenning waren echter dermate algemeen, dat de wet van 19 juli 1979 tot behoud van de verscheidenheid in de opiniedagbladpers overschakelde op een selectiever systeem. Enkel kranten in nood (oplage minder dan 50.000, reclame-inkomsten minder dan 75 miljoen frank) konden nog rechtstreekse overheidssteun krijgen. De rechtstreekse steun aan de pers werd in 1989 aan de Gemeenschappen toevertrouwd, en bleef in de Vlaamse Gemeenschap bestaan tot in 1997.

In 1998 schakelde de Vlaamse overheid over op protocols met de schrijvende pers om de tegemoetkomingen te regelen. Parallel hiermee werden ook aan de commerciële en regionale omroepen belangrijke subsidies toegezegd. Deze Vlaamse subsidies werden in afwisselende orde gebruikt voor investeringen in digitale diversificatie, opleiding van journalisten en behoud van oudere journalisten ('collectief geheugen') op de redacties.

Overzicht van de perssteun in het land

De diverse politieke steunmaatregelen voor de pers situeren zich vandaag vooral op het federale beleidsniveau, in mindere mate op het niveau van de Gemeenschappen.

Federale overheidssteun

- ✓ Verlaagde posttarieven²⁸
- ✓ BTW-vrijstelling (nultarief)
- ✓ Lagere spoortarieven voor het vervoer van dagbladen en tijdschriften
- ✓ Belgacom-gunsttarieven voor abonnementen aan redacties van dagbladen en tijdschriften
- ✓ Zekere tolvrije invoer van dagbladpapier uit landen buiten Europa
- ✓ Overheidscommunicatie via betaalde advertenties²⁹

Vlaamse overheidssteun

- ✓ De Vlaamse overheid is 100 procent-aandeelhouder van de VRT. In het kader van de jongste beheersovereenkomst 2007-2011, ontving de openbare omroep in 2007 € 279 miljoen, som die jaarlijks wordt verhoogd.
- ✓ Steun aan de commerciële en regionale omroepen. Zo krijgt VTM € 500.000 subsidies voor de ondertiteling van het tv-journaal ten bate van doven en slechthorenden. De tien regionale omroepen ontvangen elk € 50.000 (€ 75.000 voor RTV die twee regio's bedient) en verder € 166000 voor programma's die de betrokkenheid bij de regio vergroten, voor de vorming en opleiding van jonge journalisten en voor de ontwikkeling van digitale en interactieve platformen.
- ✓ Project *Krant in de Klas*: € 1.236.000
- ✓ Projectsteun voor kwaliteitsinitiatieven, met name op het niveau van de buitenlandberichtgeving: € 1 miljoen *(Protocol 2008 tussen de Vlaamse Regering en de Vlaamse geschrevenperssector betreffende de vrijwaring van een pluriforme, onafhankelijke en performante Vlaamse opiniepers)*
- ✓ Overheidssteun via betaalde advertenties³⁰

²⁸ In 1990 al ging het om € 190 miljoen voor de volledige dagblad- en tijdschriftensector (*E. De Bens, De pers in België*).

²⁹ In 2007 spendeerden de verschillende overheden in het land voor € 93,7 miljoen aan mediaruimte (*bron: Musschoot & Lombaert, Media in beweging*).

³⁰ Zie vorige voetnoot. De Vlaamse overheid alleen spendeerde in 1998 reeds +/- 6 miljoen € aan overheidscommunicatie (*bron: E. De Bens, De pers in België*)

Alles bijeen kan de jaarlijkse overheidstussenkomst voor de media dus makkelijk op enkele honderden miljoenen euro's worden geraamd.

Enkele cijfers ter vergelijking:

- In Frankrijk maakte president Sarkozy na de recente *Etats généraux de la presse* € 600 miljoen vrij voor een termijn van 3 jaar.
- In de Franse Gemeenschap bedraagt de directe overheidssteun aan de dagbladpers € 6,747 miljoen voor 2008.

De verhouding tussen persvrijheid en overheidssteun

In een ideale wereld bestaan dagbladen, omroepen en andere media zonder financiële steun van de overheid.

Maar er is tegen overheidssteun niets principiëels in te brengen zolang de onafhankelijkheid van de media volledig gevrijwaard blijft. Dag na dag bewijzen zowel de openbare als de privé-media in het land dat overheidsfinanciering een kritische opstelling ten aanzien van de publieke gezagsdragers niet in de weg staat.

Bovendien belet niets dat de overheden gerichte steun toekennen of de steun koppelen aan welbepaalde voorwaarden – zolang dit maar objectief gebeurt.

Van journalistenzijde wordt hier traditioneel op aangedrongen, steeds in functie van een verbetering van de kwaliteit van de journalistiek en het informatieaanbod.

De oude wet van 19 juli 1979 tot behoud van de verscheidenheid in de opiniedagbladpers ging trouwens in die richting. Dagbladen kregen slechts steun op voorwaarde dat:

- ze permanent tien beroepsjournalisten van jonger dan 65 jaar tewerk stelden met een arbeidscontract van onbepaalde duur;
- ze de cao tussen uitgevers en journalisten naleefden;
- ze een abonnement op het persagentschap Belga hadden.

Tot op vandaag wordt dit systeem van voorwaardelijke perssteun toegepast in de Franse Gemeenschap³¹.

³¹ Décret relatif aux aides attribuées à la presse quotidienne écrite francophone et au développement d'initiatives de la presse quotidienne écrite francophone en milieu scolaire, 31 maart 2004 (*B.S. 13 mei*

In de Vlaamse Gemeenschap daarentegen is dit systeem van geleide perssteun gaandeweg helemaal uitgehold. De opeenvolgende Protocollen tussen Vlaamse regering en de schrijvende pers kennen middelen toe die in de regel wel naar bepaalde doelen worden georiënteerd (digitale investeringen, opleiding). Maar substantiële voorwaarden voor de toekenning ontbreken. De enige voorwaarde van betekenis die voor perssteun wordt gesteld, betreft de ‘ondersteuning van de Raad voor de Journalistiek’ en ‘het bevorderen van de zelfregulering’³². Bovendien is er van echte controle op de besteding van de subsidies nauwelijks sprake. In het laatste Protocol, uit 2008, wordt de steun van 1 miljoen € zelfs uitgekeerd aan de vier koepelverenigingen van printuitgevers³³, wat een evaluatie en controle nog moeilijker maakt.

Het steunbeleid van de Vlaamse en bij uitbreiding ook de federale overheid, is dan ook veel te veel een blanco cheque, waar vooral managers en aandeelhouders profijt mee halen. De redacties van hun kant ondervonden nauwelijks of geen baat van de miljoenensteun die de overheid in de perssector steekt. Op het terrein is van realisaties die de kwaliteit van de journalistiek ten goede komen amper iets te merken.

Krachtlijnen voor een nieuw toekenningsstelsel voor perssteun ter bevordering van de kwaliteit van de journalistiek en het nieuws

Wettelijk kader:

Het verdient aanbeveling de perssteun te regelen in een parlementair tot stand gekomen wet- respectievelijk decreetgeving. Een kaderwet en een kaderdecreet moeten de hierna volgende krachtlijnen voor overheidssteun aan de mediasector omvatten. Protocollen of begrotingen kunnen geen enkele tegemoetkoming aan een mediahuis bepalen zonder dat aan deze basiswet wordt voldaan.

Toekenningsvoorwaarden op het niveau van de media:

Steun wordt enkel nog toegekend aan **redacties**

- ☞ met minstens [10] beroepsjournalisten met een arbeidsovereenkomst van onbepaalde duur;
- ☞ met een sectorale en bedrijfseigen cao die de specifieke arbeidspositie (loon- en arbeidsvoorwaarden) van journalisten regelt;

2004). De Franse Gemeenschap kent voor 2008 een totale enveloppe van 6,747 miljoen € toe aan de Franstalige dagbladpers.

³² Artikel 3.3 van het Protocol tussen de Vlaamse regering en de Vlaamse schrijvende pers uit 2008.

³³ De Vlaamse Dagblad Pers (VDP) krijgt 576.800 €, The PPress (magazine-uitgevers) krijgt 293.000 €, de Unie van Uitgevers van de Periodieke Pers krijgt 65.100 €, de Vereniging van Uitgevers van de Katholieke Periodieke Pers krijgt eveneens 65.100 €

- ☞ met een tussen uitgevers en VVJ onderhandelde conventie waarin de vergoedings- en andere werkvoorwaarden van de freelance journalisten worden vastgelegd³⁴;
- ☞ met een redactiestatuut dat de verhoudingen tussen directie, hoofdredactie en redactieraad vastlegt³⁵;
- ☞ die de geldende beroepsethische codes respecteren en de werking en uitspraken van de Raad voor de Journalistiek aanvaarden.

Toekenningsvoorwaarden op het niveau van de bestemming:

Steun wordt enkel toegekend voor projecten die daadwerkelijk de **kwaliteit van het nieuwsaanbod** verhogen:

- ☞ een bewezen aangroei van het aantal beroepsjournalisten in vast dienstverband op de redactie;
- ☞ het opzetten van een redactionele ombudsdienst;
- ☞ investeringen in nieuwe redactionele logistiek;
- ☞ opleiding, navorming.

Differentiatie van de steun:

De grootte van de steun aan redacties zal onder meer afhangen van het precieze aantal beroepsjournalisten in vast dienstverband op de redactie.

Het beheer en de controle:

Elke enveloppe die in het kader van overheidssteun aan een mediabedrijf wordt gegeven, moet worden beheerd door een stichting waarin naast de directie en de hoofdredactie de redactieraad een beslissende stem heeft.

De VVJ moet, als erkende beroepsvereniging van journalisten, een sleutelrol krijgen in de controle van het perssteunbeleid, als instantie die het best geplaatst is om het beantwoorden aan de diverse toekenningsvoorwaarden na te gaan. Op federaal niveau wordt deze rol waargenomen door de AVBB. Er kan geen enkele perssteun worden toegekend zonder dat de VVJ/AVBB een bindend advies heeft uitgebracht.

³⁴ De conventie moet minimaal dwingende bepalingen bevatten omtrent minimumtarieven (die behalve met de lengte van een tekst ook rekening houden met de duur van het werk), onkostenvergoedingen, betalingstermijnen (maximaal 15 dagen na publicatie), betalingen voor niet-gepubliceerde bijdragen, en opzeggingstermijnen (minstens twee maanden). Zie de nota van de VVJ-Werkgroep Freelancejournalisten ter zake.

³⁵ Het redactiestatuut moet minstens bepalen dat een redactieraad wordt opgericht. Deze moet op een bindende manier worden betrokken bij alle beleidsbeslissingen van het mediahuis die een impact hebben op de redactionele werking. Zo geeft de redactieraad een bindend advies over de aanstelling of het wegsturen van (elk lid van) de hoofdredactie. Er moet ook dringend worden nagedacht over een beschermd statuut voor leden van de redactieraad, zoals voor VVJ-mandatarissen, naar het model van de syndicale bescherming van vakbondsafgevaardigden.

II. Leidraad voor de mediasector en -bedrijven

1. Sectorale pistes

- ☞ Oprichting van een Paritair Comité voor de Media, minstens een PC voor de printmedia parallel aan het bestaande PC 227 voor de audiovisuele media.
- ☞ Een sectorale cao, mee door de VVJ/AVBB onderhandeld en ondertekend, die de specifieke arbeidspositie (loon- en arbeidsvoorwaarden) van journalisten regelt, aangevuld met een op dezelfde wijze tot stand gekomen conventie waarin de vergoedings- en andere werkvoorwaarden van de freelance journalisten worden vastgelegd³⁶.
- ☞ Erkenning van de geldende beroepsethische codes en van de werking en uitspraken van de Raad voor de Journalistiek.
- ☞ Aanvaarding van een met de VVJ/AVBB opgesteld modelredactiestatuut dat de verhoudingen tussen directie, hoofdredactie en redactieraad vastlegt. Het redactiestatuut moet minstens bepalen dat een redactieraad wordt ingericht. Deze moet op een bindende manier worden betrokken bij alle beleidsbeslissingen van het mediahuis die een impact hebben op de redactionele werking. Zo geeft de redactieraad een bindend advies over de aanstelling of het wegsturen van (elk lid van) de hoofdredactie.

³⁶ De conventie moet minimaal dwingende bepalingen bevatten omtrent minimumtarieven (die behalve met de lengte van een tekst ook rekening houden met de duur van het werk), onkostenvergoedingen, betalingstermijnen (maximaal 15 dagen na publicatie), betalingen voor niet-gepubliceerde bijdragen, en opzeggingstermijnen (minstens twee maanden). Zie de nota van de VVJ-Werkgroep Freelancejournalisten ter zake.

2. Scenario's op het niveau van de bedrijven

- ☞ Een bedrijfscao die in aanvulling van de sectorale regelingen de specifieke arbeidspositie (loon- en arbeidsvoorwaarden) van journalisten op de redactie regelt, aangevuld met een onderhandelde conventie waarin, opnieuw ter aanvulling van sectorale regeling, de vergoedings- en andere werkvoorwaarden van de freelancejournalisten worden vastgelegd.
- ☞ Erkenning van de geldende beroepsethische codes en van de werking en uitspraken van de Raad voor de Journalistiek.
- ☞ Aanvaarding van een redactiestatuut in het verlengde van het modelredactiestatuut dat sectoraal met de VVJ/AVBB wordt opgesteld. Dit redactiestatuut beschrijft de verhoudingen tussen directie, hoofdredactie en redactieraad. Het redactiestatuut moet minstens bepalen dat een redactieraad wordt opgericht. Deze moet op een bindende manier worden betrokken bij alle beleidsbeslissingen van het mediahuis die een impact hebben op de redactionele werking. Zo geeft de redactieraad een bindend advies over de aanstelling of het wegsturen van (elk lid van) de hoofdredactie.

\$\$\$\$\$\$\$\$\$\$\$\$\$\$\$\$

Dit document is ook online te raadplegen op www.journalist.be

v.u. en contact:

Pol Deltour, nationaal secretaris VVJ / AVBB - gsm 0478/38.10.33
Lode Verschingel, secretaris media LBC/ACV - gsm 0477/25.03.03

