



Pedagogisch katern voor leerkrachten (in opleiding)



Versie oktober 2011

**Liesbeth Marckx
Veerie Marckx**

Inhoud

Ten geleide: opzet van dit pedagogisch katern	4
Hoofdstuk 1 Het Vlaamse krantenlandschap	5
1.1 De geschiedenis van de krant	5
1.1.1 In den beginne	5
1.1.2 Vliegende bladen en de uitvinding van de boekdrukkunst (15de eeuw)	5
1.1.3 Eerste kranten (16-17de eeuw)	5
1.1.4 De krant als massamedium (19de eeuw)	6
1.1.5 De Vlaamse krantenimperia en hun politieke rol (19de-21ste eeuw)	7
1.2 Het Vlaamse krantenlandschap vandaag en morgen	7
1.2.1 De Vlaamse kranten en hun profiel	7
1.2.2 De kranten en de nieuwe media: de crossmediale evolutie	9
1.2.3 Van krantenuitgevers tot mediagroepen: pluralisme versus mediaconcentratie	10
1.2.4 De Vlaamse kranten in Europa en de wereld	12
Hoofdstuk 2 De weg van het nieuws: van bron tot lezer	14
2.1 Verzamelen	15
2.1.1 Nieuwsgaring	15
2.1.2 Professionele instanties in nieuwsgaring	16
2.2 Verwerken	16
2.2.1 Nieuws waarde	16
2.2.2 Mensen maken het nieuws	17
2.2.3 Soorten nieuws	18
2.3 Vormgeven	19
2.3.1 Inhoud: tekstgenres	19
2.3.2 Grafisch: opmaak of lay-out	20
2.4 Vermenigvuldigen	20
2.5 Verspreiden	21

Hoofdstuk 3	Journalistiek en maatschappij	22
3.1	Functies en taken van de krant	22
3.2	De maatschappelijke rol van de journalist	23
3.3	Media en regelgeving	23
3.3.1	Vrijheden van de journalistiek	23
3.3.2	Het beroep van de journalist	24
3.3.3	Rechten en plichten van de journalist	25
3.3.4	Auteursrechten	26
Hoofdstuk 4	Kranten in de Klas	28
4.1	Het belang van media-educatie	28
4.2	Opzet en doelstellingen van KiK	28
4.2.1	KiK in de wereld	28
4.2.2	Kranten gratis in de klassen	29
4.2.3	Doelgroep	29
4.2.4	Doelstellingen	29
4.2.5	Lesmateriaal	30
4.2.6	KiK-website	32
4.2.7	KiK-quiz	33
4.2.8	KrantenMaker	33
4.2.9	KiK-activiteiten van de kranten zelf	33
4.3	Kranten in de Klas: de praktijk	34
4.3.1	Organisatie op school	34
4.3.2	Voorwaarden voor het welslagen van het project	35
4.3.3	Eén krant per leerling	35
4.3.4	Vakken en beschikbare uren	36
4.3.5	Eindtermen en ontwikkelingsdoelen	36
4.3.6	Milieuvriendelijk werken met KiK	37
Hoofdstuk 5	Bibliografie	39
Hoofdstuk 6	Interessante webkoppelingen	40
Hoofdstuk 7	Bijlagen	41

Ten geleide: opzet van dit pedagogisch katern

Als project voor leesbevordering en kritisch mediagebruik staat of valt Kranten in de Klas met de manier van werken in de scholen zelf. Daarom is er voor elk van de (aspirant-)leerkrachten en begeleiders dit pedagogisch katern. Kranten in de Klas komt hiermee tegemoet aan de toenemende behoefte aan ondersteuning in een domein dat hoe langer hoe complexer wordt.

Media-educatie veronderstelt heel wat specifieke kennis. In deze bijzonder dynamische omgeving wil het katern een houvast bieden. Het helpt u bij het voorbereiden en grondig onderbouwen van uw lessen.

Het katern is opgezet als een referentiewerk over het krantenmedium enerzijds, en over de mogelijkheden van het project Kranten in de Klas anderzijds. We schetsen u niet alleen een theoretisch kader, maar bieden ook een overzicht van methodes en strategieën die hun effectiviteit hebben bewezen in de klaslokalen.

We steken van wal met de geschiedenis van de krant en met algemene informatie over **het Vlaamse krantenlandschap**. Welke uitgeverijen annex mediabedrijven bestaan er? Hoe zijn de kranten ontstaan en gegroeid? Hoeveel kranten lezen wij eigenlijk? Zit er nog toekomst in de papieren krant?

In het deel over **de weg van het nieuws** doorlopen we het traject van A tot Z. We vragen ons af hoe een feit verwordt tot een krantenbericht en wie de mensen zijn die hiervoor instaan, om ten slotte na te gaan hoe een krant eigenlijk wordt gemaakt.

In deel drie gaan we dieper in op de **ethische code** waaraan journalisten gebonden zijn. We vragen ons af wat de rol van de krant is in de maatschappij en staan even stil bij het hoe en waarom van auteursrechten.

Het laatste deel, met pedagogische inslag, handelt integraal over **de actie Kranten in de Klas**. We bieden u tips voor de organisatie op school en in de klas, lijsten een aantal voorwaarden op voor het welslagen van het project en leggen de link met de (vakoverschrijdende) eindtermen.

Het pedagogisch katern is bedoeld als referentiewerk. Bent u op zoek naar concrete toelichting bij de editie van dit schooljaar, neem dan zeker ook een kijkje op de website van Kranten in de Klas. De oplossingen en achtergrondinformatie vergemakkelijken het pedagogisch comfort van de leerkracht aanzienlijk.

Tot slot wensen wij alle leerkrachten veel plezier en succes met Kranten in de Klas. De leerkrachten in opleiding wensen wij in het bijzonder een geslaagde stage toe en een mooie, lange carrière als leerkracht.

Liesbeth Marckx en Veerle Marckx
Kranten in de Klas
Vlaamse Dagbladders

Hoofdstuk1 Het Vlaamse krantenlandschap

1.1 De geschiedenis van de krant

1.1.1 In den beginne

Al eeuwenlang worden geschreven media ingezet om nieuws te verspreiden. Zo kennen de Romeinen omstreeks 59 voor onze tijdrekening al de ‘**Acta Diurna**’. Deze Acta zijn aangebracht op grote, witte panelen. Ze worden strategisch geplaatst op drukke plaatsen in de grote steden en informeren de burgers over politieke, gerechtelijke en militaire aangelegenheden.

1.1.2 Vliegende bladen en de uitvinding van de boekdrukkunst (15de eeuw)

In China vinden we de eerste handgeschreven nieuwsbladen in het Peking van de 8^{ste} eeuw. Omstreeks de 15de eeuw duiken deze ‘**vliegende bladen**’ ook bij ons op. Het zijn vlugschriften die sensationeel nieuws brengen. De nieuwtjes kunnen bijvoorbeeld bestaan uit politiek of militair nieuws (bv. oorlog), sensatie (bv. zonsverduistering), toekomstvoorspellingen of burenruzies tussen de adel. Deze verschillende types liggen aan de basis van de hedendaagse krantenrubrieken.

Vliegende bladen bestaan uit een prent met een klein beetje tekst en zijn toegankelijk voor een breed publiek. Oorspronkelijk worden ze met de hand geschreven; later worden ze gedrukt.

Een belangrijke uitvinding van Johann Gutenberg (ca 1400 -1468) luidt het tijdperk in van de moderne krant. Zijn **drukkers met verwisselbare metalen letters** maakt correcties makkelijker en minder duur. Ze vormt het ideale hulpmiddel om kennis en ideeën snel en relatief goedkoop te verspreiden en geeft zo mee de aanzet tot de Renaissance in Europa.

De vliegende bladen verschijnen veeleer sporadisch en kennen geen vaste periodiciteit of continuïteit. We spreken daarom nog niet over een **echte ‘krant’**. Hiervoor moet het immers gaan om een openbare publicatie

- met een eigen identiteit (titel, opmaak, formaat)
- over actuele en uiteenlopende onderwerpen
- die bovendien verschijnt op regelmatige tijdstippen
- en met een grote frequentie.

1.1.3 Eerste kranten (16-17de eeuw)

In 1556 publiceert de Venetiaanse Overheid ‘**Notizie scritte**’ (geschreven notities). Dit maandblad is te verkrijgen in ruil voor een klein muntje of ‘**gazetta**’. Het is nog wachten tot het begin van de 17de eeuw voordat het eerste gedrukte broertje verschijnt. In 1605 ziet ‘Relation’ het daglicht in Straatsburg, de Franse stad die toen nog deel uitmaakte van het Duitse Rijk.

In Vlaanderen wordt vanaf 1616 de eerste Vlaamse weekkrant ‘Nieuwe Tydinghe’ uitgegeven door drukker-journalist-‘gazettier’ **Abraham Verhoeven**. Het blad verhaalt voornamelijk oorlogsfeiten en wordt algemeen beschouwd als de **eerste gedrukte krant in Vlaanderen**. In de eerste helft van de 17de eeuw kent het blad nog een aantal voortzettingen onder namen als ‘Gazette van Blijdschap’, ‘Universele Gazette des Christendoms’ en ‘Wekelijcke Tydinghe’.

Pas in 1621 volgt Londen met Corante. Tien jaar later wordt ‘La Gazette’ gelanceerd in Frankrijk.

De eerste kranten zijn aanvankelijk ontzettend **duur** en bijgevolg enkel toegankelijk voor de **elite**. In deze sociale laag ligt de alfabetiseringsgraad het hoogst; lagere sociale klassen worden in die tijd nauwelijks bereikt.

In de 16de-17de eeuw is er nog geen sprake van persvrijheid. Kranten worden dagelijks onderworpen aan **censuur**. Journalisten mogen hun eigen mening niet uiten en dienen zich te onthouden van opiniëring. Op die manier functioneren kranten als propaganda voor de overheid.

1.1.4 De krant als massamedium (19de eeuw)

In de 19de eeuw raakt de krant stilaan verlost van haar elitair karakter.

Technologische innovaties (o.a. stoomkracht) zorgen voor verbeteringen op het vlak van typografie, druk en papierproductie. De telegrafie maakt het instant-karakter van de hedendaagse krant mogelijk. Daarnaast wordt de dagbladprijs dankzij het **advertentiewezen** (vanaf 1836) zowat gehalveerd. In 1848 wordt het **zegelrecht afgeschaft**, met opnieuw een **prijzreductie** tot gevolg. Deze ontwikkelingen, in combinatie met de inlassing van **vervolgfeuilletons**, zorgen voor een stijging van het aantal lezers.

Bij de Belgische onafhankelijkheid in 1830 krijgt ons land een zeer **liberale grondwet**, met daarbij ook een perswetgeving die uiterst progressief is voor haar tijd. De vrije meningsuiting is één van de stokpaardjes.

De persvrijheid is geworteld in de fundamenteën van ons democratisch bestel, waarin we drie verschillende machten onderscheiden, namelijk de uitvoerende, de wetgevende en de rechterlijke macht. De pers evolueert al snel tot een soort van **vierde macht**, die waakt over een correcte gang van zaken. Dit neemt niet weg dat ideologische en commerciële motieven de persvrijheid blijven beïnvloeden.

Eind 19de eeuw noteren we geleidelijk aan een **stijgende alfabetisering**, die vanaf 1914 nog verder wordt gestimuleerd door de invoering van de **leerplicht** voor kinderen van 6 tot 14 jaar. Voorts blijkt de migratie van het platteland naar de **stad** bepalend voor het krantenwezen. Enerzijds wordt in de anonimiteit van de stad het geschreven blad belangrijker; anderzijds ligt daar ook de basis van de losse verkoop op de **boulevards** (cf. de term boulevardpers, later met de bijbetekenis van ‘sensatiepers’).

1.1.5 De Vlaamse krantenimperia en hun politieke rol (19de-21ste eeuw)

De eerste **krantenimperia** ontstaan eind 19de eeuw, begin 20ste eeuw. De meeste Vlaamse krantentitels vinden hun oorsprong in Gent, op dat moment een vooraanstaand industrieel centrum.

Bij **Corelio** is De Gentenaar (Gent, 1878) de oudste telg. Deze krant is bij haar lancering specifiek bedoeld voor de katholieke Gentse arbeider. Dertien jaar later volgt Het Volk (Gent, 1891), opgezet als extra wapen tegen het ‘socialistisch materialisme’ en het ‘liberaal kapitalisme’. Sinds mei 2008 is Het Volk opgehouden te bestaan: de titel is inmiddels volledig opgegaan in Het Nieuwsblad/De Gentenaar.

In de 20ste eeuw verschijnen de eveneens katholieke krantentitels De Standaard (1918) en Het Nieuwsblad (1929). De Standaard is opgevat als krant voor de katholieke intellectuelen. Het Nieuwsblad richt zich tot een bredere laag van de bevolking.

De uitgaven van **De Persgroep Publishing** zien het daglicht aan het eind van de 19de eeuw. Het socialistische dagblad De Vooruit (Gent, 1884) wordt in 1978 omgedoopt tot De Morgen. Daarna richt ook de liberale zuil een krant op, met name Het Laatste Nieuws (Brussel, 1888).

Als antwoord op de groeiende Vlaamse economie wordt in 1968 voor het eerst de Financieel Economische Tijd gepubliceerd, in 2003 omgedoopt tot De Tijd. Intussen wordt naast financieel ook politiek en maatschappelijk nieuws behandeld. Sinds 2005 maakt De Tijd deel uit van De Persgroep en de groep Rossel.

Rond Antwerpen, de andere industriële groeipool, verschijnen eind 19de eeuw een aantal nieuwe, weliswaar regionale krantentitels. De Gazet van Mechelen (1896) fusioneert in 1996 met de Gazet van Antwerpen (Antwerpen, 1891). Het Belang van Limburg is oorspronkelijk een weekblad en evolueert dan tot dagblad (Hasselt, 1933). De Gazet van Antwerpen en Het Belang van Limburg horen inmiddels allebei tot de uitgevergroep **Concentra**.

Vandaag is de band tussen politieke partijen en de kranten veel minder duidelijk dan pakweg een eeuw geleden. In Vlaanderen komen stem- en leesgedrag bovendien niet overeen.

1.2 Het Vlaamse krantenlandschap vandaag en morgen

1.2.1 De Vlaamse kranten en hun profiel

Op de Vlaamse dagbladmarkt vinden we een tiental grote krantentitels terug, georganiseerd in verschillende mediagroepen. Delen we de kranten in naargelang het lezerspubliek dat ze willen bereiken, dan onderscheiden we ruwweg drie types kranten.

De **regionale kranten** leggen de klemtoon op lokaal nieuws, specifiek gericht op inwoners van een bepaalde streek of regio. In Vlaanderen zijn er twee grote regionale kranten, namelijk de **Gazet van Antwerpen** (99.948 ex.) en **Het Belang van Limburg** (98.503 ex.). Beide streven een sterke verbondenheid na met hun lezers en maatschappelijke omgeving.

Daarnaast bestaan er een viertal **publiekskranten of populaire nationale kranten**. Deze kranten willen nieuws brengen dat voor een brede lezersgroep toegankelijk is. Dit merken we

zowel aan de nieuwskeuze (klemtoon op lokaal nieuws en sport) als aan de opmaak (grote koppen en veel beeldmateriaal).

Het Laatste Nieuws/De Nieuwe Gazet (regionale editie) is de meest gelezen krant van Vlaanderen (286.615 ex.), **Het Nieuwsblad/De Gentenaar** (regionale editie) (260.495 ex.) biedt naast ontspanning en sport ook algemene informatie en uitgebreide regionale berichtgeving.

Type krant	Krantengroep			
	Corelio	De Persgroep Publishing	Concentra Media	Mediafin
Regionale krant	De Gentenaar	De Nieuwe Gazet	Gazet van Antwerpen Het Belang van Limburg	
Populaire krant	Het Nieuwsblad	Het Laatste Nieuws		
Kwaliteitskrant	De Standaard	De Morgen		De Tijd

Tabel 1: krantentitels volgens krantentype en krantengroep

Verder kennen we in Vlaanderen ook nog een aantal **kwalitatieve kranten of kwaliteitskranten, ook wel ‘selectieve kranten’ genoemd**. Deze kranten richten zich voornamelijk op hoger geschoolden en/of op diegenen met een meer diepgaande interesse in wat er reilt en zeilt. Hier ligt de klemtoon meer op politiek, buitenlands, cultureel en financieel-economisch nieuws. De lay-out is iets soberder en ingetogener dan die van de doorsnee populaire krant. Het nieuws geeft bij kwaliteitskranten een vertraagde beloning omdat de lezer meer moeite moet doen om tot kennis en inzicht te komen.

De Morgen (54.689 exemplaren) profileert zich als progressieve en onafhankelijke kwaliteitskrant en heeft net als de andere kwaliteitskranten een hoger opgeleid lezerspubliek. **De Standaard** (94.355 exemplaren) is de grootste kwaliteitskrant, heeft een lange traditie en wist zich de afgelopen jaren grondig te vernieuwen en te moderniseren. Ten slotte is er nog **De Tijd** (36.175 exemplaren) die van origine een beurskrant is, maar ondertussen evolueerde tot een kwaliteitskrant, die naast financieel nieuws ook politieke en maatschappelijke informatie biedt.

Bovenstaande kranten maken deel uit van het pakket dat wordt aangeboden in het kader van Kranten in de Klas. Buiten dit pakket vinden we ook nog **Metro** (2000), de gratis krant van Concentra en Rossel die de laatste jaren behoorlijk wat terrein heeft weten te winnen (CIM 134.734 Nederlandstalige exemplaren). Metro wordt elke dag gratis verdeeld in trein- en metrostations, maar ook in hogescholen, universiteiten, winkels en bedrijven.

1.2.2 De kranten en de nieuwe media: de crossmediale evolutie

De komst van het wereldwijde web en andere elektronische toepassingen heeft de krantenwereld grondig veranderd. Betekent het **internet** het einde van de papieren krant? De meningen zijn behoorlijk verdeeld.

Bij de introductie van nieuwe media is het gangbaar dat de ‘oude’ tegenhangers in vraag worden gesteld. Met de komst van de radio is al het einde van de krant voorspeld, net als bij de introductie van de televisie. De krant zal niet zomaar verdwijnen; de vraag is alleen hoe snel en in welke richting haar verschijningsvorm zal veranderen. Alle dagbladuitgevers hebben recent nog zwaar geïnvesteerd in gloednieuwe drukcentra. Het einde van de papieren krant is dus in ieder geval nog niet voor morgen.

Intussen hebben een aantal kranten al applicaties voor de zogenaamde smartphones en voor tabletcomputers als de iPad. Op al deze schermen en schermpjes worden de voordelen van papieren en online kranten gecombineerd. De technologie is intussen zeer populair in de Angelsaksische wereld en is ook bij ons aan een snelle opmars bezig.. Willen we de innovaties ten volle gebruiken, dan moeten we daarvoor permanent draadloos op het net kunnen surfen. De aanwezigheid van zoveel mogelijk ‘**hotspots**’ (waar dit gratis kan), is dan ook een aandachtspunt.

Papieren en online kranten hebben allebei hun **specifieke voor- en nadelen**. Zo wordt de **papieren versie** geassocieerd met gebruiksvriendelijkheid (aangenaam leesbaar, makkelijk mee te nemen) en zou ze ontspannender en charmanter zijn dan de online krant (het ritselen van papier, de geur van versgedrukte kranten enz.). Doordat we allemaal (een selectie van) dezelfde papieren krant lezen, hebben we ook gemeenschappelijke gesprekstof. De krant heeft op die manier ook een uitgesproken sociale functie. De charme van het papier is ook dat we op een pagina al eens artikels ontdekken waarnaar we niet echt op zoek zijn, maar die ons wel boeien en ons blikveld verruimen.

De Vlaamse **krantensites** worden steeds belangrijker. De webpagina’s zijn dan wel los van de krant consulteerbaar, uit onderzoek blijkt ook dat internetkranten bijdragen tot de populariteit van de papieren edities. De bladzijden van De Morgen, De Standaard en De Tijd zijn vandaag gedeeltelijk betalend, terwijl dat voor de webstekken van de populaire en regionale kranten voorlopig niet het geval is. Deze drie kranten zetten ook elke dag een pdf-versie van de papieren krant online; de andere kranten doen dat niet.

Via het **internet** is de krant wereldwijd raadpleegbaar en bovendien relatief goedkoop. Ze is snel te updaten, biedt praktische archiveringsmogelijkheden en tal van multimediale aanvullingen als rss, fora, video streaming, podcasts, e.d. De grenzen tussen de traditionele media vervagen hoe langer hoe meer. **De krantenlezer wordt een mediaconsument**, volop in de ban van ‘multitasking’. Deze toegevoegde waarde is dé grote troef van de online krant. Voortdurende productinnovatie is dan ook een absolute noodzaak.

De papieren en de online krant worden anders gelezen. Het **leesproces** in de papieren editie verloopt meer lineair; in de elektronische versie lezen we multidirectioneel in een web of netwerk van hyperlinks. In de online krant gaan we, meer dan op papier, op zoek naar specifieke informatie.

Het wereldwijde web levert vaak binnen enkele seconden al gepersonaliseerde informatie, waardoor (nieuws)consumenten steeds veeleisender en ongeduldiger worden. De **interactiviteit** is hoger dan bij de traditionele krant: de lezer moet zelf meer inspanningen

leveren om een **selectie** te maken in het soms overweldigende nieuwsaanbod. Tegelijkertijd zien kranten hierin kansen om de band met specifieke lezersgroepen nauwer aan te halen en hen zo ook in de toekomst aan het lezen te houden.

De informatiestroom is zo overweldigend, dat vele lezers door de bomen het bos niet meer zien. In een dergelijke omgeving kan het belang van kranten nauwelijks worden overschat. Kranten bepalen via hun nieuwsaanbod sterk het **wereldbeeld** van hun gebruikers.

Krantenmakers maken een **voorselectie** van het nieuws en ordenen het tot een overzichtelijk en hanteerbaar geheel. **Betrouwbaarheid en nieuws waarde** zijn vooraf gecontroleerd, zodat de lezer zich snel en met relatief weinig inspanning op een degelijke manier kan informeren.

De nieuwe media werken drempelverlagend voor potentiële verslaggevers. De geringe financiële kost maakt het internet tot een ideaal forum voor bijvoorbeeld **onafhankelijke journalisten, bloggers en media-activisten**. De **diversiteit** aan stemmen wordt hoe langer hoe groter, alleen is het niet altijd even makkelijk uit te maken hoe betrouwbaar deze bronnen precies zijn.

Net als bijvoorbeeld radio, televisie of het internet, doen kranten aan **informatieve massacommunicatie**. Terwijl de lezer vroeger soms gezien werd als een passieve ontvanger, noteren we vandaag de dag een stevige wisselwerking met het publiek. Lezers worden **interactief** en krijgen inspraak via lezersrubrieken en lezersblogs; tiplijnen via sms en e-mail zijn zeer populair.

De digitale revolutie hoeft zeker niet het einde in te luiden van de traditionele krant. Papier en internet **vullen elkaar aan**, zonder dat het ene het andere uitsluit. Gebruikers maken een keuze naargelang hun noden en wensen van het moment.

1.2.3 Van krantenuitgevers tot mediagroepen: pluralisme versus mediaconcentratie

In België tekenen we de eerste grote krantenfusies op na WO II. Een primeur of unicum is dit zeker niet: in de VS en de rest van West-Europa is een gelijkaardige **concentratiebeweging** al aan de gang sinds het einde van de 19de eeuw.

Inmiddels zijn het al lang niet meer alleen kranten die met elkaar samenwerken. Met de komst van nieuwe **communicatietechnologieën** vervagen de grenzen tussen de verschillende media. Dit wordt weerspiegeld in de samenstelling van de mediagroepen, die worden gekenmerkt door sterke allianties tussen kranten, televisie-omroepen, productiehuisen en internetbedrijven.

De activiteiten van audiovisuele media, printmedia en internetspelers lopen hoe langer hoe meer door elkaar. Familiebedrijven zijn uitgegroeid tot stevige **mediaconcerns**, ook in ons land.

Bij **De Persgroep** vinden we naast een eigen drukcentrum ook kranten (o.a. Het Laatste Nieuws, De Morgen, De Tijd en Vacature), week- en maandbladen (o.a. Dag Allemaal, Goed Gevoel en Joepie), stadsmagazines (o.a. Zone02/, Zone03/ en Zone 09/), radio- en televisiezenders (o.a. participaties in Q-Music, VTM, 2BE en JIM) en websites (o.a. vacature.com, immonet.be en autozone.be).

Corelio Media (voorheen VUM Media) profileert zich als de grootste krantenuitgever van België (Het Nieuwsblad/De Gentenaar, De Standaard, Job@t en Les Editions de l'Avenir) maar is ook actief in printing, magazines (o.a. Clickx en PC Magazine), huis-aan-huisbladen (Passe-Partout) en e-media (o.a. jobat.be en spotter.be) en participeert in audiovisuele bedrijven als Woestijnvis, Caviar en Nostalgie.

Ook **Concentra** laat zich niet onbetuigd op het vlak van multimedialiteit. Zo zijn er de kranten (Het Belang van Limburg, Gazet van Antwerpen en Metro) en de huis-aan-huisbladen (o.a. Jet Magazine) maar ook regionale TV-zenders (TV-Limburg, ATV, Kanaal 3 enz), kabelkranten (vb. TVLTelekrant) en online activiteiten (het multimedialplatform hebbes.be).

Een vierde grote speler is **Roularta**, actief in de wereld van magazines (o.a. Knack, Trends, Bizz, Nest, Grande, Plus Magazine en de Krant van West-Vlaanderen), gratis pers (De Streekkrant/Weekkrant, De Zondag, Steps City Magazine), radio en TV (KanaalZ, maar ook participaties in Q-Music, VTM, 2BE en JIM), services (o.a. Roularta Books) en nieuwe media (o.a. easy.be)

Ook Franstalig België gaat mee in de concentratietrend. Daar is de groep **Rossel** bijvoorbeeld eigenaar en/of aandeelhouder van Le Soir, de krantengroep Sud Presse, Metro, vln.be (de tegenhanger van easy.be) en RTL.

Via **allianties en 'cross-ownership'** trachten uitgevers te beantwoorden aan de economische wetmatigheden van vraag en aanbod. De **synergie** van redacties en middelen moet levensvatbaarheid garanderen en de mediagroepen slagvaardiger maken in een sterk concurrentiële omgeving.

Wensen en belangen van **lezers en adverteerders** zijn, belangrijk in de koers die kranten en mediagroepen besluiten te varen: verkoopscijfers en advertentie-inkomsten zijn immers cruciaal voor het voortbestaan van het medium.

Voorstanders geven aan dat deze concentratiebeweging ook **diversiteit en pluralisme** garandeert. Kleinere drukkingsgroepen kunnen vanuit deze concerns immers voortbestaan, in plaats van te worden weggedrukt door grotere spelers op de markt. Voorwaarde is dan wel dat de redactionele stem kan blijven weerklinken en niet opgaat in die van de groep.

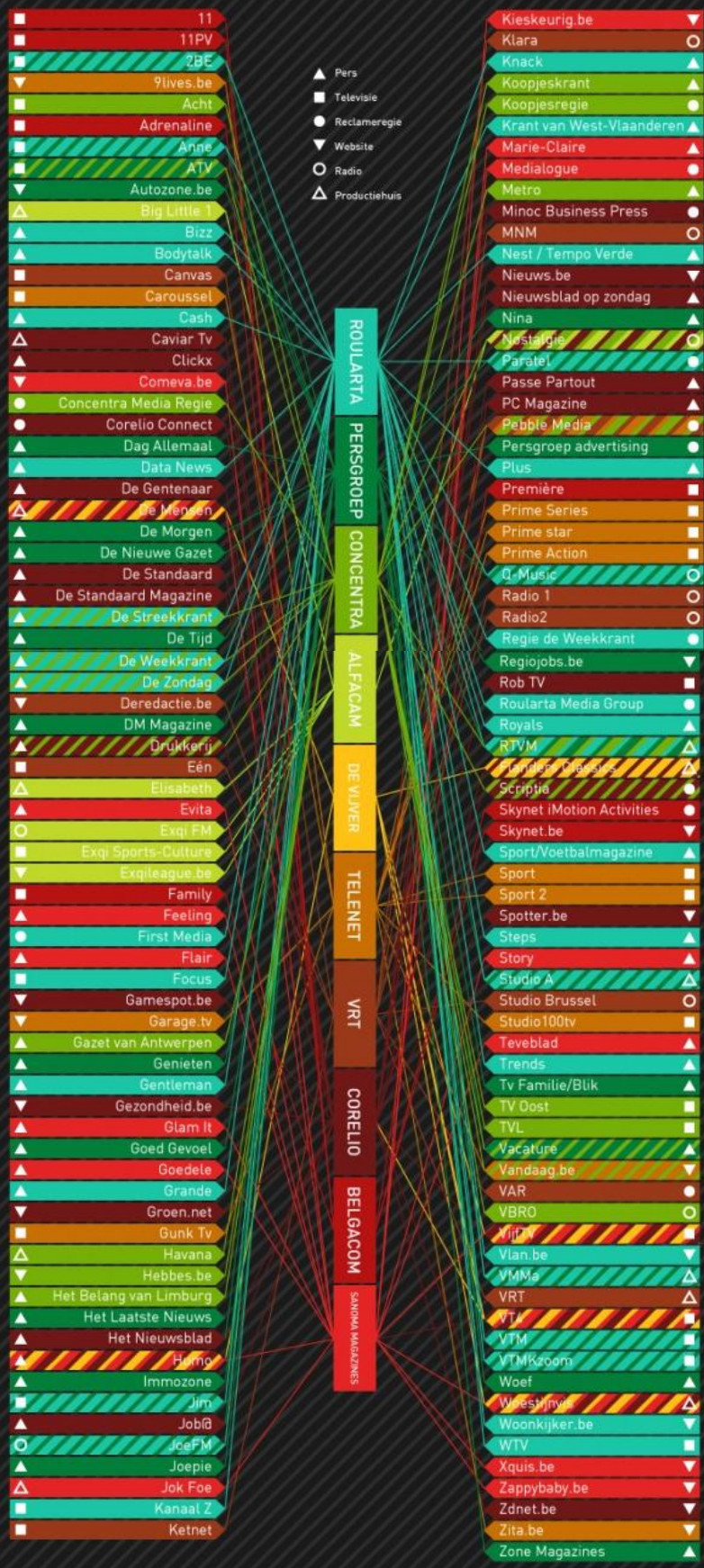
Tegenstanders menen dat de fusietrend verschraling en belangenvermenging in de hand kan werken. Concentratie zou de redactionele onafhankelijkheid in het gedrang brengen en leiden tot eenheidsworst. Door een verregaande **homogenisering** zouden immers minder visies en stemmen aan bod komen. De grote spelers zijn dominant, zodat het voor nieuwkomers moeilijker wordt om nog een plaatsje op de markt te vinden.

Diversiteit en pluralisme in de media zijn maar mogelijk als de verschillende meningen uit het maatschappelijke veld aan bod komen en als die opvattingen met elkaar kunnen botsen. Blijvend engagement van de media is in deze materie dan ook geboden.

Op de volgende pagina vindt u een mooi overzicht van het Vlaamse Medialandschap, gemaakt door deredactie.be. U kunt het nauwkeuriger bekijken via <http://visual.ly/het-vlaamse-medialandschap-kaart>

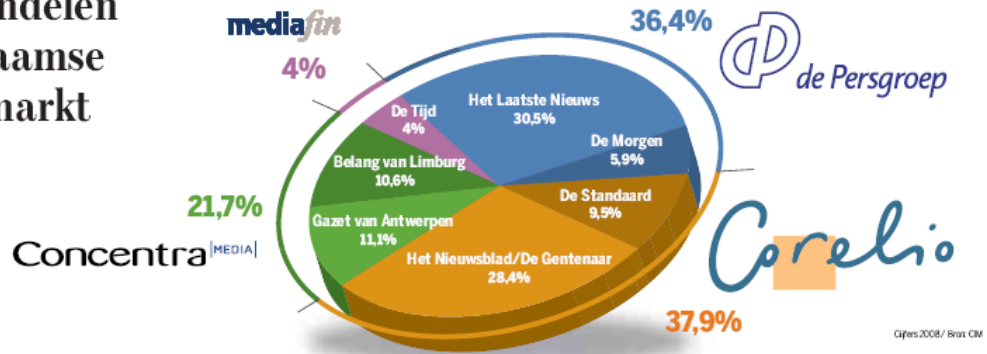
HET VLAAMSE MEDIALANDSCHAP IN KAART

(de 10 grootste mediagroepen)



bron

Marktaandelen op de Vlaamse krantenmarkt



	KRANTEN	MAGAZINES	GRATIS PERS	AUDIOVISUEEL
Corelio Omzet: 376,5 miljoen euro Bedrijfswinst: 16,4 miljoen euro Nettowinst: 6,4 miljoen euro	De Standaard Het Nieuwsblad/ De Gentenaar Vers L'Avenir/ Le Jour/ Le Courrier	Minoc Bussiness Press Clickx Magazine PC Magazine Smart Bussiness Strategies FWD IT Professional The Bulletin	Passe-Partout Pas-Uit Keskispas	Radio Nostalgie (50%) Woestijnvis (40%) Caviar (49,5%) Rob-TV
De Persgroep Omzet: 533,5 miljoen euro Bedrijfswinst: 62 miljoen euro Nettowinst: 34,1 miljoen euro	Het Laatste Nieuws De Morgen Mediafin De Tijd L'Echo Het Parool (NL)(58%) PCM (NL)(51%*) De Volkskrant NRC Handelsblad NRC.Next Trouw AD (*) Principeskoorover oername op 02/03/09	Dag Allemaal TV-Familie / Blik Joepie Goed Gevoel Genieten	Zone 02 Zone 03 Zone 09	VMMA VTM 2BE JIM Q Music 4FM Q Music Nederland ATV (50%)
Concentra Omzet: 210,1 miljoen euro Bedrijfsresultaat: 8,9 miljoen euro Nettowinst: 5,1 miljoen euro	Het Belang Van Limburg De Gazet Van Antwerpen	Ambiance Cyclospriint	Metro (51%) De Koopjeskrant Jet Magazine De Trompetter (NL) Typisch Uitgaven (NL) De Streekkrant/De Weekkrant (20%) De Zondag (20%)	Radio Nostalgie (50%) TV Oost ATV (50%) TV Limburg (65,5%) TV Limburg (NL)(51%)

Figuur 1: Marktaandelen op de Vlaamse KrantenMarkt, uit De Standaard, 14 en 15 maart 2009

1.2.4 De Vlaamse kranten in Europa en de wereld

De Vlaamse krantenuitgevers zijn lid van de **European Newspaper Association (ENPA)** en blijven zo op de hoogte van van wat er op Europees vlak reilt en zeilt in de sector. Deze vereniging zonder winstoogmerk vertegenwoordigt 5.200 nationale, regionale en lokale kranten uit 25 Europese landen.

ENPA maakt zich nuttig op beleids- en juridisch vlak, opdat de dagelijkse werking van de dagbladuitgevers optimaal verzekerd blijft, maar werkt bv ook actief rond thema's als mediawijsheden, o.a. in samenwerking met Kranten in de Klas.. Een overzicht van de ENPA-activiteiten vindt u op www.enpa.be. ENPA viert in 2011 haar 50^{ste} verjaardag.

Op wereldniveau is de **World Association of Newspapers (WAN)** toonaangevend, met leden verspreid over vijf continenten. Eén van de belangrijkste doelstellingen van de WAN is de verdediging en promotie van de persvrijheid, met de economische onafhankelijkheid van kranten als essentiële voorwaarde. Een tweede pijler vormt de ontwikkeling van druktechnieken door het onderhouden van contacten tussen kranten uit verschillende regio's en culturen. Ten slotte begeestert de WAN samenwerkingsverbanden tussen haar ledenorganisaties, zowel op nationaal, regionaal als internationaal niveau.

De WAN is ook de drijvende kracht achter **Newspapers in Education (NIE)**, de internationale koepel van kranten-in-de-klasprojecten overal ter wereld. De eerste van dergelijke projecten werden opgestart in de jaren 1930.

NIE slaat op een internationaal niveau bruggen tussen krantenuitgevers en scholen. Vandaag lopen dergelijke acties (voor zover ons bekend) in zowat 30 landen, en dit voor leerlingen van alle leeftijden. In april 1991 werd ook een permanent Young Reader Committee opgericht, dat zich toelegt op informatiedoorstroming, o.a. via de tweejaarlijkse World Young Reader Conference. De recentste editie van deze conferentie vond in september 2009 plaats in Praag.

Op www.wan-press.org vindt u naast informatie over de WAN, haar betekenis, doelstellingen en activiteiten ook heel wat boeiends over de kranten in de wereld.

Twee andere spelers met naam in de krantensector zijn **IFRA** en **INMA**. Ze promoten respectievelijk krantentechnologieën en marketingactiviteiten.

IFRA is een internationale organisatie met meer dan 3.000 leden uit wel 120 landen. Ze houdt zich vooral bezig met de technologische kant van de zaak. Vandaag is ze wereldleider op het gebied van het uitgeven van kranten en andere media. IFRA vormt tevens een platform waar dagbladuitgevers en onderaannemers in de mediasector met elkaar in contact kunnen komen. In dat licht organiseert IFRA wereldwijd tal van beurzen, conferenties, workshops, seminars en trainingsessies (www.ifra.com).

Tot slot is er nog de **INMA**, de **International Newspaper Marketing Association**. Deze organisatie zonder winstoogmerk legt zich toe op het erkennen, innoveren en uitbreiden van de marketingactiviteiten in de dagbladsector. Vandaag telt INMA zowat 5.000 leden wereldwijd, hoofdzakelijk senior marketing managers bij de kranten zelf. INMA bestaat al meer dan 75 jaar (www.inma.org).

2.1 Verzamelen

2.1.1 Nieuwsgaring

Journalisten sporen nieuws op en verzamelen het voor de kranten. Nieuwsgaring gebeurt op twee verschillende manieren. Enerzijds doen journalisten een beroep op **bestaande nieuwsbronnen**. Dat kan door het doornemen van persberichten en andere media (bv. radio, tv, internet,...), door collega-experts te consulteren of door persconferenties en briefings bij te wonen. Journalisten gaan anderzijds ook **zelf op zoek naar nieuws**. De journalist neemt bijvoorbeeld (telefonische) interviews af met als doel interessante informatie in te winnen of informeert bij bestaande contactpersonen.

Bestaande nieuwsbronnen	Zelf op zoek gaan naar nieuws
Persbericht Een persbericht is een geschreven bericht dat naar journalisten wordt gestuurd. Dit bericht geeft meer informatie over een bepaalde gebeurtenis.	Interviews Een interview is een persoonlijk gesprek waarbij de journalist een aantal vragen stelt met de bedoeling interessante informatie te achterhalen.
Persconferentie Een persconferentie is een bijeenkomst waarop verschillende journalisten worden uitgenodigd en waar ze meer informatie krijgen over een bepaald onderwerp. Ze stellen er vragen en nemen foto's. Na afloop kunnen ze nog interviews afnemen.	Telefonische nieuwsgaring Journalisten kunnen bij bepaalde organisaties (bv. ziekenhuizen, onderwijsinstellingen, belangenverenigingen, enz.) informeren naar belangrijke gebeurtenissen.
Briefings De journalisten worden geregeld uitgenodigd op briefings van openbare instellingen zoals bijvoorbeeld de ministeries. Op deze persmomenten worden ze op de hoogte gebracht van recente gebeurtenissen.	Contactpersonen Journalisten winnen ook extra informatie in via rechtstreeks betrokken personen. Dit zijn contactpersonen, ook tipgevers of informanten genoemd.
Kranten, radio, TV en internet De journalist neemt tijdens zijn speurtocht naar nieuws ook de verschillende media (kranten, radio, tv en internet) in binnen- en buitenland door. De laatste jaren is ook het belang van sociale netwerksites als Facebook en Twitter enorm toegenomen.	
Onderzoeksjournalistiek Bepaalde journalisten groeien uit tot echte experts met betrekking tot een bepaald onderwerp. Deze schat aan informatie wordt aan andere journalisten doorgegeven.	

Tabel 2: manieren van nieuwsgaring

2.1.2 Professionele instanties in nieuwsgaring

Een aantal **instanties** spelen een **belangrijke rol** bij nieuwsgaring.

Persagentschap

Een persagentschap is een organisatie die nieuws verzamelt en dit ter beschikking stelt van kranten en andere media, die het op hun beurt bij het grote publiek brengen. Er zijn nationale persagentschappen zoals Belga in België of ANP in Nederland, maar ook grote internationale agentschappen als Reuters of Associated Press (AP).

Knipselagentschap

Een knipselagentschap is een organisatie die persartikels verzamelt rond een bepaald onderwerp en die vervolgens verkoopt aan geïnteresseerden.

Krantenarchieven en mediadatabanken

In Nederlandstalig België kennen we www.mediargus.be; de Franstalige tegenhanger is www.pressbanking.be. Mediargus is het digitale mediaplatform van de Vlaamse Dagbladpers. Alle krantengroepen samen zijn aandeelhouder van de vennootschap. Mediargus is vooral bekend om zijn archieffunctie, maar biedt ook persopvolging, publicatie van persoverzichten, documentmanagement van mediacontent en medianetwerking. Archiefdatabanken als deze zijn snel en eenvoudig doorzoekbaar, wat voor de journalist heel wat tijdswinst inhoudt.

PR-agentschap

Een PR-agentschap is een organisatie die tegen betaling de externe communicatie van organisaties verzorgt. Het agentschap maakt persberichten op of treedt op als woordvoerder.

Woordvoerders

Woordvoerders staan in voor de externe communicatie van organisaties. Ze nemen contact op met de krant om via deze weg informatie tot bij het grote publiek te brengen.

2.2 Verwerken

2.2.1 Nieuws waarde

Niet elk nieuwsfeit heeft evenveel nieuws waarde. Journalisten en redacteurs hebben een goede neus voor gebeurtenissen die de moeite waard zijn om hun lezers over te informeren. Ze weten precies welke feiten voldoende actueel, ongewoon en maatschappelijk relevant zijn voor hun publiek. Trees Verleyens overzicht van criteria voor nieuws waarde (2005, zie verder) vormt hiervoor een handige checklist.

Afhankelijk van de maatschappelijke relevantie en het sensatiegehalte neemt de nieuws waarde van een gebeurtenis toe en wordt de kans op selectie en publicatie groter. De vraag of er belangrijke personen bij betrokken zijn en het tijdstip van de gebeurtenis (bijvoorbeeld tijdens de komkommertijd), spelen ook een belangrijke rol.

De journalistieke ervaring (op basis van achtergrond, capaciteiten, training en waarden) geldt als maatstaf voor dagelijkse keuzes.

Na de nieuwsgaring worden de verschillende taken verdeeld over de redactie (zie 2.2.2 *Mensen maken het nieuws*). De journalisten gaan vervolgens aan het werk om de deadline te kunnen halen.

Wanneer is een feit het nieuws waardig?

1. Is het feit voldoende actueel?

Zijn de feiten net gebeurd? Is het een oud feit dat nu pas aan het licht komt? Is het vervolgnieuws of ‘nieuw’ nieuws? Gaat het om dingen in de nabije of verdere toekomst?

2. Is de gebeurtenis buitengewoon genoeg?

Is het een gebeurtenis van ongewone omvang? Alles wat in de superlatief of vergrotende trap is uit te drukken, komt in aanmerking: de grootste, de kleinste, de eerste, de oudste, ... Iets wat zelden voorkomt, ook al is het niet echt spectaculair, maakt ook meer kans om het nieuws te halen.

3. Heeft het bericht maatschappelijk belang?

Heeft het feit voor veel mensen grote gevolgen? Nabijheid: gebeurt het feit dichtbij of ver weg?

4. Is er genoeg afwisseling in het nieuwsaanbod?

Is er geografische en thematische afwisseling? Is er afwisseling in ‘hard’ nieuws (bv. oorlogen, politieke beslissingen, economische berichten) en ‘zacht’ nieuws (bv. de geboorte van Kai-Mook in de Zoo van Antwerpen)?

5. Is het feit van belang voor dit medium, de krant?

Is het voor de lezersgroep van de krant wel interessant? Is het feit enkel interessant voor een regio (lokaal nieuws), een land (nationaal nieuws) of voor de hele wereld (internationaal nieuws)?

Vrij naar PMV Printmedia in Vlaanderen, 2005, Trees Verleyen

2.2.2 Mensen maken het nieuws

Dagelijks komt er een schat aan informatie de redactie binnen, maar niet alle nieuws is even relevant of interessant¹ voor het lezerspubliek van een krant. Daarom beslist de redactie elke dag opnieuw op autonome basis welk nieuws in de krant komt en wat voorpaginanieuws wordt. Slechts 10% van alle nieuws bereikt de krant.

De belangrijkste functies op een redactie zijn de volgende:

Redacteur-reporter (journalist, correspondent, verslaggever)

¹ Elke krant heeft een eigen karakter, een identiteit waar een groep krantenlezers met bepaalde voorkeuren bij hoort.

Kerntaken van de redacteur-reporter zijn kennisverwerving en nieuwsgaring, organiseren en uitvoeren van redactionele opdrachten en schrijven van persklare artikels binnen het toegewezen nieuwsdomein of over de toegewezen opdrachten.

Redacteur desk

De redacteur desk staat in voor nieuwsgaring, organiseren en uitvoeren van redactionele opdrachten en schrijven van persklare artikels binnen het toegewezen nieuwsdomein of over de toegewezen onderwerpen.

Hoofredacteur

De hoofredacteur houdt zich bezig met de inhoudelijke coördinatie, het management en de beleidsvorming van de redactie. Hij heeft de leiding over de redactie.

Redacteur-chef

Zijn job vormt een combinatie van redactioneel werk, uitvoeringscoördinatie, kwaliteitscontrole en leidinggeven.

Eindredacteur

De eindredacteur houdt zich bezig met het samenstellen van de pagina's, verwerken van en selecteren uit het nieuwsaanbod, editieredactie en sportredactie, *newswatches* en volgen van actualiteit, eindredactie van de geselecteerde kopij, foto's en illustraties, zodat elke dag een journalistiek hoogstaande, vlot leesbare en grafisch geslaagde krant wordt afgeleverd.

Webredacteur

Een webredacteur doet hetzelfde als een eindredacteur, maar dan specifiek voor de online krant. Webredacteurs houden zich ook steeds meer bezig met het beheer van social media accounts als de officiële Twitter- en Facebookpagina van hun krant.

Opmaakredacteur (*lay-outer*)

De opmaakredacteur verzorgt de opmaak van de krantenpagina's, plaatst de artikels in de beschikbare ruimte tussen de advertentieblokken, doet de koppen passen, tekent kaders, werkt kleur bij,

Verantwoordelijke beeldmateriaal

Wie verantwoordelijk is voor het beeldmateriaal, zorgt niet alleen voor fotobeheer en fotoverwerking, maar ook voor illustraties en infografieken.

Persfotograaf

De persfotograaf maakt foto's van nieuwsfeiten en stuurt ze door naar de redactie.

2.2.3 Soorten nieuws

Er bestaan verschillende soorten nieuws. Onder hard nieuws verstaan we belangrijke gebeurtenissen op politiek, sociaal en economisch vlak.

Zacht nieuws omvat luchtiger onderwerpen die zorgen voor afwisseling en de kranten licht verteerbaar houden. Het gaat hier bijvoorbeeld over *human interest*-verhalen over bekende persoonlijkheden, over misdaad- en sportverslaggeving.

Ten slotte is er ook het *spot* nieuws. Deze term verwijst naar plotselinge, onvoorspelbare en onverwachte gebeurtenissen, bv. een onverwachte natuurramp, een vliegtuigkaping of een moordpartij in een school.

Een andere mogelijke opdeling is die volgens de locatie. Zo is er een verschil tussen lokaal nieuws, alleen interessant voor mensen uit een bepaalde streek, en (inter)nationaal nieuws, dat voor een breder publiek relevant is.

2.3 Vormgeven

2.3.1 Inhoud: tekstgenres

Verschillende krantenteksten dienen verschillende tekstdoelen (informereren, ontspannen, activeren, enz.), zijn objectief dan wel subjectief (respectievelijk journalistieke artikels t.o.v. commentaarstukken), spreken een ander publiek aan, enz. We vinden dan ook verschillende journalistieke vormen en genres in de krant.

Het achtergrondverhaal / de nieuwsanalyse

De nieuwsanalyse vormt een aanvulling op de nieuwsberichten. De journalist verzamelt materiaal (rapporten, archiefstukken, boeken, gesprekken) dat de lezer in staat stelt de actualiteit beter te interpreteren.

De column

Een column is een kort stukje, flitsend geschreven, vaak ironisch en soms vanuit een verrassend perspectief.

Het commentaar / het opiniestuk

In een opiniestuk geeft de redactie (of een vaste medewerker) haar mening over een belangrijk actueel thema. Meestal heeft het commentaar een vaste rubriek en plaats in de krant.

Het foto-artikel / foto met bijschrift

Een foto-artikel is een visueel nieuwsbericht. Het onderschrift verduidelijkt wat er op de foto te zien is en/of geeft extra informatie.

Het interview

Een interview is een vraaggesprek op papier, waarbij de journalist peilt naar de opvattingen en handelingen van de geïnterviewde.

Het nieuwsbericht

Een nieuwsbericht bestaat uit een zo objectief mogelijke opsomming van feiten. De belangrijkste elementen staan in de eerste alinea's; de minder belangrijke doorgaans achteraan. Onder tijdsdruk kan een bericht zo snel ingekort worden: de laatste alinea kan makkelijk worden weggelaten zonder dat dit door de lezer wordt opgemerkt.

Het nieuwsverhaal

Uitgebreider en diepgaander dan het nieuwsbericht is het nieuwsverhaal. Het is gebaseerd op meerdere nieuwsbronnen en dus het resultaat van echte nieuwsgaring. Dit kan het eerste stuk zijn over een nieuwsfeit, ofwel een *follow-up* van een vroeger artikel.

Het portret

Een portret wordt veelal gemaakt bij een overlijden. Het is een typering van een persoon in karakter, normen en waarden, levensvisie, levensloop, enz.

De recensie

Een recensie is een kritische bespreking van een culturele uiting (bv een boek, film, cd, concert, toneelstuk, evenement, ...). Het waardeoordeel moet goed onderbouwd zijn en wordt uitgesproken door een recensent, die optreedt als specialist ter zake.

De reportage

Een reportage is een lange, verhalende vorm van het nieuwsbericht. Hier ligt een grote nadruk op de beschrijving van de evenementen en de betrokkenen. Mensen worden geportretteerd, uitspraken geciteerd, de sfeer wordt weergegeven.

2.3.2 Grafisch: opmaak of lay-out

Naast de aard van de tekst is ook de vormgeving ervan belangrijk. De redactie bepaalt daarom ook de lay-out van de krant, en dit in samenspraak met de advertentiedienst en de techniek. Zijn de vergaarde nieuwsberichten omgevormd tot krantenartikels, dan gaan lay-outers verder met de opmaak. Voor elke pagina wordt er uitgetekend hoeveel ruimte het tekst- en beeldmateriaal (foto's, grafieken, tabellen,...) zal innemen. Het oog wil nu eenmaal ook wat!

Vlaanderen heeft uitstekend grafisch talent in huis. Zo wonnen de kranten De Morgen, De Standaard en Gazet van Antwerpen de voorbije jaren heel wat prijzen op de European Newspaper Awards.

Grafische hoogstandjes en originaliteit vinden we trouwens niet alleen bij de kranten zelf, maar ook in hun marketingcampagnes. Op de wereldwijde INMA Newspaper Marketing Award Competition lieten vooral de Corelio-kranten al van zich spreken.

2.4 Vermenigvuldigen

Nadat de pagina volledig is opgemaakt, wordt het materiaal doorgestuurd naar de drukkerij.

Kranten worden gedrukt volgens het offsetprocédé. Traditioneel werd er gedrukt met offset-platen die via een speciale film belicht worden met UV-licht. Vandaag werken alle grote kranten echter met computer-to-plate (CtP), waarbij de belichting gebeurt met een computergestuurde laserstraal. Computer-to-plate is minder arbeidsintensief en milieuvriendelijker dan de klassieke offsetdruk; bovendien is de drukkwaliteit beter.

Offsetdruk maakt gebruik van een dunne plaat uit aluminium. Op deze plaat wordt het beeld van de pagina aangebracht, op de traditionele manier of via CtP. Vervolgens wordt de plaat vochtig gemaakt; daarna wordt de inkt aangebracht. De blanco delen nemen het water op en stoten daardoor de inktdeeltjes af; bij de beeld-delen gaat het net omgekeerd. Een speciale rubbercilinder zorgt ervoor dat de inkt van de plaat wordt overgebracht op het papier.

Na het drukken worden alle papierbanen samengebracht om ze vervolgens te vouwen en bij te snijden. De krant is nu klaar voor verzending.

2.5 Verspreiden

In een laatste fase van het proces wordt de krant tot bij de lezer gebracht.

De afgewerkte kranten gaan via een kettingtransportband naar de verpakkingsafdeling. Verschillende productielijnen monden elk uit bij een andere poort van het gebouw. Daar staan vrachtwagens te wachten om de kranten op te halen en ze te bezorgen bij zogenaamde opslagplaatsen of depots. Van daaruit worden ze verzonden naar de abonnees of naar de krantenwinkels en kiosken die instaan voor de losse verkoop.

Hoofdstuk 3 Journalistiek en maatschappij

3.1 Functies en taken van de krant

Kranten vervullen tal van functies. Hieronder zetten we de voornaamste op een rij.

1. informatieve functie

Kranten willen hun lezers informatie bieden. De nieuwsfeiten worden onpartijdig verzameld en weergegeven. Foutieve informatie wordt naderhand rechtgezet.

2. sociale functie

Kranten geven mensen gespreksstof, ze bieden onderwerpen om over te praten. Kranten respecteren daarbij de menselijke waardigheid en ontmoedigen geweld.

3. opiniërende functie

Kranten helpen ons om - met een goede kennis van zaken - een eigen mening te vormen. Verschillende meningen worden erkend, gerespecteerd en gepubliceerd. Feiten en commentaren worden duidelijk van elkaar onderscheiden. Kranten mogen aan geen enkele druk toegeven.

4. amusementsfunctie

Kranten kunnen een bron van ontspanning zijn. Denk maar aan de stripverhalen, kruiswoordraadsels of sudoku's.

5. service-functie

Kranten brengen op ideeën over aankopen, werk en vrije tijd. Dit kan zowel via redactionele artikels als via advertenties. Advertenties en publireportages moeten zodanig worden opgesteld dat ze niet verward kunnen worden met berichten die door de redactie zelf zijn opgemaakt.

Kranten spelen ook een onthullende rol. Onderzoeks- en onthullingsjournalistiek balanceert soms op het randje wat de wet op de privacy betreft.

Voorts noteren we ook een aantal taken van kranten, en bij uitbreiding van de journalistiek in het algemeen. Zo onderscheiden we

1. de openbaarheidstaak

In een democratie zorgen o.a. de kranten ervoor dat de informatie van de politici naar de burgers doorstroomt.

2. de spreekbuistaak

Andersom lichten de kranten de bestuurders in over wat er onder de bevolking leeft en spelen ze ook informatie door tussen de mensen onderling.

3. de agendataak

Kranten stellen belangrijke onderwerpen aan de orde en plaatsen problemen op de politieke agenda.

4. de controletaak

Kranten houden de politici in de gaten en brengen verslag uit van hun doen en laten (zie ook 3.2 De maatschappelijke rol van de journalist)

5. de opinietaak

Kranten leveren zondig kritiek, geven hun mening en stellen ons in staat om een eigen opinie te vormen.

3.2 De maatschappelijke rol van de journalist

In een democratisch land als België kan een regering alleen via verkiezingen aan de macht komen. Het volk evalueert via de stembus de voorbije legislatuur en bepaalt de grootte van de partijen. Informatie is in deze context heel belangrijk. (Toekomstige) kiezers moeten geïnformeerd worden over wat politici willen, beloven, doen en niet doen.

In een gezond democratisch bestel kijkt de pers aanhoudend met een kritische blik naar de bestuurders. Openbaarheid zet een rem op mogelijk machtsmisbruik en zet aan tot respect voor fundamentele mensenrechten.

Dagbladen houden het openbaar debat gaande over de gang van zaken in de politiek. Ze helpen de lezer een standpunt te bepalen en confronteren politici met hun verantwoordelijkheid. Het is niet voor niets dat de pers soms de ‘vierde macht’ wordt genoemd naast de wetgevende (parlement), uitvoerende (regering), en rechterlijke macht (justitie).

3.3 Media en regelgeving

3.3.1 Vrijheden van de journalistiek

Zonder democratie is een vrije pers ondenkbaar. Anderzijds is persvrijheid een absolute voorwaarde voor het voortbestaan van de democratie.

Artikel 19 van de Belgische grondwet garandeert de vrije meningsuiting; artikel 25 stelt dat de drukpers vrij is en dat censuur nooit kan worden ingevoerd. Het recht op vrije meningsuiting is ook opgenomen in tal van internationale verdragen zoals de Universele Verklaring van de Rechten van de Mens van de Verenigde Naties (artikel 19) en het Europees Verdrag van de Rechten van de Mens (artikel 10).

Helaas worden deze vrijheden lang niet overal ter wereld gerespecteerd. In bepaalde werelddelen (bv. in delen van Azië en Zuid-Amerika) is er geen of slechts een gedeeltelijke persvrijheid. Journalisten worden daar bedreigd, vervolgd of zelfs vermoord omdat ze er andere ideeën op na houden.

Op 3 mei, Werelddag van de Persvrijheid, reikt de WAN (World Association of Newspapers) de Pen of Freedom Award uit. Deze prijs is een erkenning voor een individu of organisatie die een opmerkelijke bijdrage heeft geleverd aan het behoud en/of de promotie van de persvrijheid.

3.3.2 Het beroep van journalist

Volgens Van Dale is een **journalist** iemand die beroepshalve verslagen van voorvallen, actuele gebeurtenissen of toestanden maakt voor een nieuwsmidium. **Journalistiek** wordt omschreven als het regelmatig verstrekken van in- en voorlichting omtrent het dagelijks gebeuren via de media. Deze term 'media' omvat zowel gedrukte, audiovisuele als online en andere digitale media.

Sommige journalisten werken als bediende in loondienst; anderen als zelfstandige of freelancer. Het beroep van journalist is in principe vrij: er is geen wet die de toegang tot het beroep regelt. Er zijn wel twee mogelijke statuten voor journalisten, met name de beroepsjournalisten en de journalisten van beroep.

Een **beroepsjournalist** is ten minste 21 jaar oud, beschikt over alle burgerlijke en politieke rechten en heeft ten minste 2 jaar journalistiek werk verricht bij een krant, tijdschrift, radio- of tv-omroep, internetnieuwsdienst of persagentschap. Beroepsjournalisten mogen naast hun journalistieke functie geen commerciële nevenactiviteit uitoefenen: dit zou immers de onafhankelijkheid in het gedrang kunnen brengen.

De titel van beroepsjournalist wordt toegekend door een erkenningscommissie. Aan het statuut zijn een aantal voordelen verbonden, zoals de perskaart. Beroepsjournalisten kunnen ook toetreden tot de belangenvereniging Vlaamse Vereniging voor Beroepsjournalisten (VVJ).

De **journalist van beroep** werkt, in tegenstelling tot de beroepsjournalist, voor een gespecialiseerd medium binnen de 'periodieke pers van gespecialiseerde informatie'. Dit statuut kan worden aangevraagd door journalisten die gedurende ten minste twee jaar als hoofdberoep voor de periodieke pers werken. Journalisten van beroep beschikken niet over een perskaart, maar wel over een 'doorgangsbewijs van de periodieke pers', afgeleverd door het ministerie van Binnenlandse Zaken. Hun belangen worden verdedigd door de VJPP (Vereniging van Journalisten van de Periodieke Pers).

De laatste jaren vervaagt het onderscheid tussen beroepsjournalisten en journalisten van beroep. Zo kunnen beide vandaag lid worden van de VVJ.

Er zijn ook nog tal van andere beroepsverenigingen. Zo is er bijvoorbeeld ook de Vereniging van Europese Journalisten (VEJ). De VEJ groepeerd journalisten die overtuigd zijn van de Europese eenwording op een democratische en pluralistische basis. Het doel is actief deel te nemen aan de vorming van een Europees bewustzijn, de kennis van de Europese problemen uit te diepen en de activiteiten van de Europese instellingen bij de publieke opinie bekend te maken.

De Internationale Federatie van Journalisten (IFJ) bestaat sinds 1926. Ze overkoepelt verenigingen uit 117 landen en verenigt zo meer dan een half miljoen journalisten. De IFJ

waakt o.a. over de persvrijheid en veilige werkomstandigheden en is tevens de spreekbuis van de journalisten in bv. de organen van de Verenigde Naties.

3.3.3 Rechten en plichten van de journalist

De beroepsethiek van journalisten wordt omschreven door allerhande teksten. Bij ons wordt meestal verwezen naar de *Verklaring der rechten en plichten van de journalist* (1971) enerzijds, en naar de *Code van journalistieke beginselen* (1982) anderzijds. Kernbegrippen zijn vrijheid van informatie, waarheidsgetrouwheid, respect voor de persoonlijke waardigheid en de privacy en bronnengeheim.

De journalistieke plichtenleer is voortdurend in ontwikkeling, net als de maatschappij en de media zelf. Er zijn dan ook heel wat aanvullende richtlijnen, zoals de *Aanbevelingen voor de berichtgeving over alloctonen* (1994), de *Embargorichtlijn* (2003) (een embargo is een publicatieverbod tot een bepaald tijdstip, nvdr), de *Richtlijn over de omgang van de pers met slachtoffers* (2003) en de brochures *Zelfdoding en de Pers* (2004) en *Tips voor Journalisten in verband met de berichtgeving over psychisch ziek zijn* (2004).

Plichten

Journalisten moeten steeds de waarheid respecteren. Ze mogen alleen informatie met gekende oorsprong gebruiken en mogen geen essentiële informatie schrappen of zaken verdraaien. Verder kunnen ze zich uiteraard niet overgeven aan plagiaat en grondloze laster, eerroof en ongegronde beschuldigingen. Tenslotte moeten ze gepubliceerde informatie rechtzetten indien die verkeerd blijkt.

Ze moeten eveneens vrijheid van informatie, commentaar en kritiek verdedigen. Alleen de redactionele richtlijnen behoren tot de aanvaardbare druk. Het is niet toegestaan voordelen in ontvangst te nemen, reclame te maken of (in)directe instructies te aanvaarden van adverteerders.

Journalisten dienen ook het privéleven van mensen te respecteren. Ze mogen geen oneerlijke methodes gebruiken om informatie, foto's en documenten te bekomen. Verder moeten ze het beroepsgeheim bewaren en mogen ze de bronnen van vertrouwelijke informatie niet prijsgeven.

Rechten

Journalisten hebben recht op vrije toegang tot alle informatiebronnen en het recht om opzoeken te doen. Ze kunnen elke ondergeschiktheid weigeren die in strijd zou zijn met de algemene lijn van de redactie. Een journalist kan bovendien niet verplicht worden werk te doen of een opinie uit te drukken die strijdig is met zijn persoonlijke overtuiging of geweten.

Een journalist heeft recht op een arbeidscontract en de voordelen van de collectieve overeenkomsten (economische onafhankelijkheid). Hij of zij moet bovendien ingelicht worden over alle belangrijke beslissingen, inclusief de samenstelling van de redactie, die binnen de organisatie genomen worden.

Toezicht en regulering

Het recht op vrije meningsuiting en de persvrijheid zijn niet absoluut en kunnen wel eens botsen met andere grondwettelijke rechten. Journalisten kunnen dus niet zomaar schrijven wat ze willen. Zo moeten ze bijvoorbeeld rekening houden met de eer en de goede naam van het individu, het recht op privacy (adres, nationaliteit, seksuele geaardheid enz), de bescherming van goede zeden, de wet op het racisme, enz.

De journalistieke wereld wordt gekenmerkt door een verregaande zelfregulering. Overtredingen tegen de beroepscode worden behandeld door de Raad voor de Journalistiek.

De journalistieke sector tracht zo onafhankelijk mogelijk te opereren, ook ten opzichte van de overheid. De media bieden immers uiteenlopende meningen en worden traditioneel beschouwd als de ‘waakhonden’ van onze democratie. Als ‘vierde macht’ oefenen zij controle uit over de goede gang van zaken en informeren zij het publiek. Een zo groot mogelijke onafhankelijkheid ten opzichte van de overheid is dan ook aangewezen.

Sinds 2002 bestaat in Vlaanderen de Raad voor de Journalistiek, opgericht en beheerd door de journalistenverenigingen en alle Vlaamse mediahuizen. Die twee groepen maken elk een derde uit van de Raad, die nog wordt aangevuld met een derde externen. De Raad staat via een ombudspersoon in voor bemiddeling.

Men probeert zoveel mogelijk conflicten in der minne te regelen, bijvoorbeeld met een verduidelijking, een excuus of een rechtzetting. Lukt dit niet, dan wordt de klacht behandeld door de voltallige Raad voor de Journalistiek. Deze Raad ziet dus toe op de naleving van de plichtenleer bij journalisten, net zoals bijvoorbeeld de Orde van Geneesheren en de Orde van Advocaten dat voor hun beroepsgroepen doen. Uiteraard betekent dit niet dat de mediasector volledig onafhankelijk opereert: de media worden gereguleerd door de overheid.

Wordt er een persmisdrijf gepleegd, dan is daar in principe altijd één persoon voor verantwoordelijk. De eerste verantwoordelijke is de auteur (voor zover bekend en in België gevestigd); de volgende in de rij zijn achtereenvolgens de uitgever, de drukker en de verspreider.

3.3.4 Auteursrechten

Net als andere auteurs worden journalisten beschermd door de **auteurswet** van 30 juni 1994. Onder invloed van de Europese Richtlijn Informatiemaatschappij werd deze wet in mei 2005 in belangrijke mate aangepast.

Er bestaat niet zoiets als een lijst van **soorten werken** die auteursrechtelijk worden beschermd. In elk geval moet het werk wel zintuiglijk waarneembaar zijn en getuigen van originaliteit. Dit laatste houdt in dat het werk het resultaat moet zijn van **een intellectuele inspanning** van de auteur én dat de **persoonlijke inbreng** van de auteur terug te vinden moet zijn in het werk. Aangezien krantenartikels aan deze vereisten voldoen, zijn dit auteursrechtelijk beschermde werken en zijn de gewone regels van het **auteursrecht** van toepassing.

Een **auteur** wordt beschouwd als de maker van een werk. De uitgever van een anoniem werk of van een werk onder pseudoniem wordt ten aanzien van derden geacht de auteur daarvan te

zijn. Aan de auteur van een werk worden exclusieve rechten toegekend. Er zijn hierbij twee categorieën, namelijk de morele rechten en de patrimoniale rechten of vermogensrechten.

Morele rechten zijn zo nauw met de persoonlijkheid van de auteur verbonden, dat ze onvervreemdbaar zijn. Voorbeelden van morele rechten zijn het recht op bekendmaking, het recht van vaderschap en het recht op eerbied van het werk.

Vermogensrechten zijn wel geheel of gedeeltelijk overdraagbaar. Zo wordt in de dagbladsector een groot deel van de auteursrechten contractueel overgedragen aan de uitgever. Er zijn twee types vermogensrechten, namelijk het recht om het werk te (laten) reproduceren (bewerken, vertalen, verhuren, uitlenen enz) en het mededelingsrecht (om het werk ongeacht het procédé aan het publiek mee te delen).

Het **kopiëren** van een artikel uit een krant kan in wezen enkel met toestemming van de auteur (of de uitgever indien de auteur de auteursrechten contractueel heeft overgedragen). In de praktijk is dit echter niet altijd mogelijk. Bovendien maken het internet en andere nieuwe technologieën het vrijwel onmogelijk om de omvang van de reproductie te controleren. Via uitzonderingen houdt de wetgever daarom rekening met enkele praktische problemen.

Momenteel worden een aantal Koninklijke Besluiten onderhandeld ter uitvoering van de uitzonderingsbepalingen op het reproductierecht. De wetgeving is er al, maar de bepalingen treden pas effectief in werking zodra de KB's van kracht worden.

Deze **uitzonderingsbepalingen** gelden voor o.a. onderwijs en wetenschappelijk onderzoek. In deze specifieke contexten kunnen leerkrachten bepaalde materialen (waaronder krantenartikels) ter illustratie **kopiëren, downloaden, scannen** enz., zonder dat de auteur zich daartegen kan verzetten.

Een auteur kan zich evenmin verzetten tegen het **citeren** uit zijn werk ten behoeve van kritiek, polemieken, onderwijs of in het kader van wetenschappelijke werkzaamheden, op voorwaarde dat dit gebeurt volgens de eerlijke beroepsgebruiken. Let wel, dit geldt enkel voor de bovenvermelde doeleinden en bijvoorbeeld niet ten behoeve van informatie. **De bron en de naam van de auteur** moeten ook worden vermeld.

De auteur kan zich ook niet verzetten tegen de reproductie en de mededeling aan het publiek, met het oog op **informatie**, van korte fragmenten uit werken in een verslag dat over actuele gebeurtenissen wordt uitgebracht. Deze uitzondering heeft tot doel de **persvrijheid** te vrijwaren en geldt enkel voor de informatiemedia, meerbepaald kranten, weekbladen, nieuwsjournaals en bijhorende duidingsprogramma's.

Het auteursrecht op een werk geldt gedurende 70 jaar na het overlijden van de auteur. Na het verstrijken van die termijn vallen de werken in het openbaar domein en vinden bovenvermelde regels geen toepassing meer.

Hoofdstuk 4 Kranten in de Klas

4.1 Het belang van media-educatie

Er komt zoveel informatie op ons af, dat ze ons soms overrompelt. Daarom is het belangrijk om leerlingen te leren de bomen door het bos te zien en bronnen kritisch te beoordelen. Jongeren moeten leren **kritisch om te gaan met de media in het algemeen** en dus ook met de **kranten**.

KiK is meer dan alleen maar twee weken gratis kranten in de klas. Het is immers ook een project dat bijdraagt tot het voortbestaan van onze democratie. Via de actualiteit probeert KiK leerlingen los te weken uit de apathie, hen te motiveren om zich te informeren en om actief het nieuws te volgen.

Het project wil echter ook graag een actieve deelname aan het maatschappelijk debat stimuleren. Daarom wil het leerlingen aanzetten om in interactie te treden met anderen, niet alleen in de klas of school, maar bv. ook via internetfora of andere plaatsen voor openbaar debat. De school vormt de ideale plek om jonge mensen in een veilige omgeving te leren omgaan met afwijkende meningen en die vervolgens te toetsen aan voorkennis en andere bronnen.

In het lesmateriaal komen reflectie en aanzet tot interactie aan bod. De KrantenMaker, de gratis online tool waarmee leerlingen hun eigen klas- of schoolkrant kunnen maken, is één van de middelen die met dit doel kunnen worden ingezet.

KiK gaat niet alleen de **ontlezing** tegen, maar stimuleert ook **kritisch denken en burgerzin**.

4.2 Opzet en doelstellingen van KiK

4.2.1 KiK in de wereld

Kranten in de Klas (KiK) is een media-educatief project van de **Vlaamse Dagbladpers** (VDP) en de **Vlaamse dagbladuitgevers**, met steun van de **Vlaamse Overheid**. KiK bestaat sinds schooljaar 2003-2004 in de huidige vorm.

In het buitenland is KiK bekend onder de naam **NIE, Newspapers in Education**. Overal ter wereld organiseren kranten onafhankelijk van elkaar individuele leesprojecten om jongeren aan te zetten om de krant (lees: hún krant) te lezen. **KiK in Vlaanderen is uniek** in die zin dat de Vlaamse dagbladuitgevers de handen in elkaar hebben geslagen om het project samen naar buiten te brengen. Leerlingen maken zo kennis met **niet minder dan 7 kranten**, een samenwerking waar veel buitenlandse dagbladuitgevers alleen maar van kunnen dromen.

KiK promoot niet één bepaalde krant in het bijzonder, maar zet wel de krant als medium in de kijker. Dit biedt perspectieven voor kritische vergelijking van verschillende dagbladen en dus voor verregaande reflectie. Kranten in de Klas Vlaanderen reikt dus alle nodige middelen aan voor een educatief bijzonder waardevol project.

4.2.2 Kranten gratis in de klassen

Elk schooljaar kunnen leerkrachten en aspirant-leerkrachten in het lager en het secundair onderwijs gedurende 2 opeenvolgende schoolweken (10 schooldagen) gratis met kranten in de klas werken. Ook cursisten in het volwassenonderwijs kunnen meedoen met KiK, net als gesloten instellingen en instellingen voor bijzondere jeugdzorg, centra voor basiseducatie, enz.

Hiervoor worden krantenpakketten verdeeld van 15 exemplaren of 7 titels:

- 3 x Het Laatste Nieuws
- 3 x Het Nieuwsblad
- 2 x De Standaard
- 2 x De Gazet van Antwerpen
- 2 x Het Belang van Limburg
- 2 x De Morgen
- 1 x De Tijd

4.2.3 Doelgroep

Kranten in de Klas is een project dat voortdurend evolueert. Dit geldt voor opzet en lesmateriaal, maar ook voor het doelpubliek.

KiK-deelnemers geven vooral les in de derde graad van het lager onderwijs en in heel het secundair onderwijs. Er kan echter ook 'ge-KiK-t' worden door leerkrachten in opleiding (in de stageweken), in het volwassenenonderwijs, universitaire talencentra, het onderwijs voor sociale promotie, de centra voor basiseducatie, ziekenhuisscholen en gesloten jeugdinstanties.

4.2.4 Doelstellingen

Kranten in de Klas is een educatief project dat bruggen bouwt tussen **onderwijs, krant** en **maatschappij**.

In eerste instantie wil Kranten in de Klas de trend van **ontlezing bij de jeugd** mee ombuigen. Op termijn willen we dat jongeren de smaak voor de krant te pakken krijgen en daardoor spontaan meer de krant gaan lezen. Dit proberen we te bereiken door hen tijdelijk gratis toegang te geven tot kranten en via educatief materiaal dat het krantenlezen bevordert.

Media worden steeds belangrijker en dringen door tot het leven van alledag. Daarom wil KiK leerlingen ook helpen om **kritische mediagebruikers en goed geïnformeerde burgers** te worden. Met hun uitgebreide redacties en hun enorme nieuwsaanbod vormen kranten daarvoor het ideale hulpmiddel.

Ten derde sluit KiK goed aan bij de (vakoverschrijdende) eindtermen. De leerlingen verwerven door het krantenlezen niet alleen informatiegeletterdheid en actualiteitskennis, maar werken ook op interactieve wijze aan een aantal **vakoverschrijdende eindtermen**.

Kranten “zijn” de wereld, waardoor het hele leven en de hele maatschappij aan bod komen in de krant. Het spreekt dan ook voor zich dat via de krant (papier of online) aan zowat alle (vakoverschrijdende) eindtermen gewerkt kan worden. De belangrijkste in het rijtje is daarbij mediawijsheid (zie ook 4.3.5. eindtermen)

4.2.5 Lesmateriaal

Kranten in de Klas biedt u sinds oktober 2011 kant-en-klare lessen in een **online lessendatabank**, helemaal gratis, op maat van de leerlingen en met didactische ondersteuning voor de leerkracht.

Flits en Blits zijn online beschikbaar in het archief tot en met de editie 2010-2011. **Vanaf 2011-2012 wordt enkel nog digitaal materiaal aangeboden, er komen geen edities meer van Flits en Blits.** De edities van de vorige schooljaren kunnen wel nog steeds gedownload worden van deze site.

Op die manier komt KiK tegemoet aan de vraag naar meer mogelijkheid tot diversifiëring en flexibiliteit in functie van leeftijd, studierichting, voorkennis, interessesfeer enz.

Met de gedrukte opdrachtenbundels Flits en Blits was het moeilijk om aan deze stijgende vraag naar **maatwerk** te voldoen.

Met de nieuwe online database met **printklare lesbladen** kunnen leerkrachten zelf die opdrachten selecteren die het nauwst aansluiten bij de noden van hun leerlingenpubliek.

Dit heeft als bijkomend voordeel dat er kwantitatief veel meer materiaal kan worden aangeboden dan met Flits en Blits het geval was binnen de bestaande 32 papieren bladzijden. Ook thema's die deze 32 bladzijden niet elk jaar haalden, krijgen nu een vaste plek op de site.

Leerkrachten kunnen binnen hun vakwerkgroepen op school **zelf een aangepaste leerlijn uitzetten** voor hun specifieke leerlingengroepen, in een zelfgekozen tempo, al dan niet over verschillende leerjaren en vakken heen.

Voor wie een digitaal schoolbord op school heeft, zorgen de **digitale schoolbordlessen** bovendien voor een verhoogd leerrendement en een leerrijke interactieve ervaring.

Aansluitend biedt de website ook nog **didactische ondersteuning**. Deze ondersteuning bestaat uit lessuggesties, internetkoppelingen, weetjes en tips van collega-leerkrachten. De didactische ondersteuning is een aanrader voor elke begeleider van het KiK-project en voor beginnende leerkrachten in het bijzonder. Ook het **pedagogisch katern**, dat u momenteel leest, kadert in deze ondersteuning voor de leerkracht.

Overzicht: archief van gedrukt KiK-lesmateriaal 2003-2011

					
Kranten Lezen		Kranten Anders		Mijn Krant en Ik	
2003-2004		2004-2005		2005-2006	
					
Flits	Blits	Flits 07-08	Blits 07-08		
2006-2007	2006-2007	2007-2008	2007-2008		
					
Flits 08-09	Blits 08-09	Flits 09-10	Blits 09-10		
2008-2009	2008-2009	2009-2010	2009-2010		
					
Flits 10-11		Blits 10-11			
2010-2011		2010-2011			

Tabel 3: overzicht van het KiK-lesmateriaal 2003-2011

Lessuggesties van collega's

Elk jaar moedigen we collega-leerkrachten aan hun eigen lesmateriaal beschikbaar te stellen op de KiK-website (zie 4.2.6 KiK-website). Wie liever met eigen lesmateriaal werkt, kan hier inspiratie opdoen.

Pedagogisch katern

Speciaal voor studenten in de lerarenopleiding, maar evengoed voor ervaren leerkrachten, biedt KiK sinds editie 2006-2007 gratis een basiswerk aan met daarin alles wat u als (beginnende) leerkracht hoort te weten over de wereld van de krant. Dit pedagogisch katern ligt momenteel voor u. Controleer op de website of u de meest recente versie in uw bezit heeft. Het pedagogisch katern wordt immers elk schooljaar bijgewerkt.

Digibordlessen

Kranten in de Klas biedt u **digibordlessen** aan voor digitale schoolborden. Deze lessen zijn gemaakt door Kranten in de Klas in samenwerking met een team van enthousiaste leerkrachten en digibord-experts.

De lessen zijn specifiek bedoeld om de interactie in de klaspraktijk te verhogen. De activiteiten zijn divers, de werkvormen zo gevarieerd mogelijk.

Leerkrachten worden opgeroepen om ook hun eigen digibordlessen rond het thema van de krant door te sturen.

Het educatief materiaal wordt voortdurend aangevuld in samenwerking met gemotiveerde leerkrachten en hun leerlingen, deskundigen en (inter)nationale KiK-experts. Opmerkingen, vragen en suggesties zijn bijzonder welkom op kik@dagbladpers.org.

4.2.6 KiK-websites

Extra didactische ondersteuning, oplossingen en achtergrondmateriaal zijn beschikbaar op de KiK-website www.krantenindeklas.be. Hier vinden leerkrachten alles wat ze nodig hebben om de krantenlessen à la carte in te vullen volgens vak, richting, onderwijstype en -niveau.

De KiK-website is het verzamelpunt voor alles wat met de actie te maken heeft. Nieuwsflitsen, nieuw lesmateriaal, de start van de volgende actie, oproepen, foto's uit de klas en nog veel meer: alles is hier mooi samengebracht.

4.2.7 KiK-quiz

Vanaf januari 2012 is de KiK-quiz terug, de flitsende actualiteitsquiz van Kranten in de Klas. Met deze nieuwsquiz ontdekken uw leerlingen hoe leuk het is om kranten te lezen.

In het schooljaar 2011-2012 zijn er 4 quizrondes. Ronde 1 begint in januari 2012. Elke ronde bestaat uit 10 meerkeuzevragen die de leerlingen zelf oplossen. De antwoorden vinden ze makkelijk in de krant.

Deelnemen kan samen met de andere leerlingen in de klas of gewoon van thuis. In elke voorronde worden heel veel fantastische prijzen weggegeven. Wie één of meer rondes heeft gemist, kan zonder problemen nog deelnemen aan de volgende ronde(s).

De beste klassen mogen in mei naar de grote livefinale in Brussel.

4.2.8 KrantenMaker

In 2008 lanceerde Kranten in de Klas de KrantenMaker. Op www.krantenmaker.be kunt u op een makkelijke en intuïtieve manier een krant maken die er net zo uitziet als een 'echte' krantenpublicatie.

Met KrantenMaker Flits kunt u snel en eenvoudig aan de slag. Wil u meer opties en mogelijkheden, dan kiest u voor KrantenMaker Blits.

Een leerling of leerkracht kan helemaal alleen een krant maken, maar hij kan net zo goed samenwerken met een paar vrienden of collega's. Hij kan er zelfs voor kiezen om een compleet redactieteam op te zetten met een hoofdredacteur als coördinator.

De KrantenMaker wordt u gratis aangeboden door Kranten in de Klas. Er is geen specifieke software nodig. De KrantenMaker draait zowel op PC als op Mac. U kunt de aangemaakte kranten bewaren, doormailen of afdrukken.

4.2.9 KiK-activiteiten van de kranten zelf

De Vlaamse kranten doen er alles aan om de leerlingen een leuke Kranten in de Klas te bezorgen. Elke krant biedt leerkrachten en leerlingen een eigen bijzondere activiteit aan. De lopende krantenacties vindt u op de KiK-website in de rubriek Kranten in Vlaanderen.

4.3 Kranten in de Klas: de praktijk

De bestelprocedure verloopt helemaal geautomatiseerd via de website www.krantenindeklas.be. Geïnteresseerde leerkrachten moeten eerst registreren voor ze toegang krijgen tot het aangeboden materiaal. Registratie is ook nodig om een bestelling te kunnen plaatsen. Voor verdere informatie over inschrijving en administratieve afhandeling verwijzen we naar de website van KiK.

4.3.1 Organisatie op school

KiK op school vergt enige organisatie op de dagen waarop het kranten- en lesmateriaal **per post en/of met een koerier** aankomt.

De kranten komen tijdens de tweeweekse dagelijks 's ochtends (voor 9u) op school aan, de ene al wat vroeger dan de andere.

Meestal weten leerkrachten wel wat er op school omgaat. In grote scholen is dat echter niet altijd het geval. Toch enkele **tips** om te vermijden dat verschillende leerkrachten tegelijk met KiK werken zonder dat ze het van elkaar weten:

- bekijk op de website het reeds bestaande besteloverzicht van uw school en hou er rekening mee wanneer u uw eigen bestelling plaatst.
- laat de KiK-bestellingen op de klassenraad aan bod komen
- communiceer via het digitale leerplatform, zodat u van elkaar weet wie wanneer met Kranten in de Klas werkt
- hang een berichtje in de lerarenkamer

Studenten van de lerarenopleiding die stage lopen, coördineren de krantenlevering het beste met hun stagebegeleider. De kranten bestellen ze ofwel zelf, ofwel via hun begeleider.

Grote krantenaantallen passen niet altijd in de **schoolpostbus**. Overleg daarom tijdig met het lokale postkantoor of met de postbode of koerier en spreek een duidelijke plaats af voor de uitreiking.

4.3.2 Voorwaarden voor welslagen van het project

Het al dan niet slagen van KiK wordt voor een groot deel bepaald door **de manier waarop leerkrachten omspringen met de gratis kranten en het lesmateriaal.**

In de klaspraktijk stellen we vast dat de attitude van leerlingen tegenover KiK, de krant en tegenover ‘kranten lezen’ veel positiever is wanneer ze voldoende tijd krijgen om de opdrachten te maken en wanneer ze ook effectief in de kranten kunnen lezen.

PEDAGOGISCHE PISTE

Laat de leerlingen als inleidende les voldoende lang in de kranten lezen zonder dat er taken aan verbonden zijn. Reserveer in elke les wat tijd om écht te lezen in de kranten.

Wanneer het afwerken van de oefeningen een race tegen de tijd wordt en er geen tijd meer overblijft om in de kranten te lezen, zijn de leerlingen veel minder positief.

Uiteraard kunnen de lessen niet gevuld worden met alleen maar krantenlezen. Een **gulden middenweg** is daarom aan te raden.

De leerkracht moet zich zo neutraal mogelijk opstellen tegenover de verschillende kranten. **Eigen voorkeur(en) van de leerkracht mogen de leerlingen niet beïnvloeden.** Het is de taak van de pedagoog om de leerlingen voldoende te informeren zodat ze achteraf 1) bewust de krant kunnen kiezen die het beste bij hen en hun noden past en 2) zich kunnen ontwikkelen tot kritische burgers en mediagebruikers.

De KiK-actie duurt in principe **twee weken**. Op die manier krijgen leerlingen voldoende tijd om hun weg te vinden in het Vlaamse krantenaanbod. **De leerkracht treedt op als gids en spoort de leerlingen aan om het volledige aanbod te verkennen. Het leereffect is dan veel groter dan wanneer leerlingen steeds bij dezelfde titel blijven.**

In de ontdekkingsfase associëren leerlingen de kranten met puur plezier: het project doorbreekt de gebruikelijke leer- en omgangspatronen in de klas. Kranten in de Klas betekent voor veel klassen een echte zuurstof-KIK en **brengt leerlingen en leerkrachten dichter bij elkaar**. Eén periode van twee weken per schooljaar is daarvoor ideaal.

Een extra periode kan nuttig zijn om de ‘cultuur’ van het krantenlezen te stimuleren, bijvoorbeeld een paar weken of maanden na de eerste periode. Wie echter nog vaker deelneemt, loopt het risico dat leerlingen het krantenlezen geleidelijk als een ‘schoolse’ opdracht beschouwen. In dat geval is het plezier van ‘het andere’ er voor sommigen snel af.

4.3.3 Eén krant per leerling

Krantenlezen maakt deel uit van onze Europese cultuur. Het is een individueel (ochtend)ritueel waarbij volgens het cliché een kop koffie en een ontbijt horen.

Het is van fundamenteel belang om **elke leerling een ‘eigen’ krant** te kunnen bezorgen. We lezen kranten in het dagelijkse leven immers ook niet met meerdere personen tegelijk. Precies daarom voorziet de VDP per 15 leerlingen 1 standaard krantenpakket van 15 exemplaren.

PEDAGOGISCHE PISTE

Stimuleer het krantenleesritueel met een krantenontbijt tijdens de KiK-weken. Maak de ervaring zo aangenaam mogelijk, bijvoorbeeld met koffiekoeken en warme drankjes.

4.3.4 Vakken en beschikbare uren

KiK is uitermate geschikt voor de lessen **Nederlands, maatschappelijke vorming, PAV en wereldoriëntatie**. Vooral vakken die een groot aantal lessen per week hebben, zijn dankbare afnemers van KiK.

Leerkrachten van vakken met minder uren (media, aardrijkskunde, geschiedenis, economie, levensbeschouwelijke vakken ...) kunnen echter even makkelijk gratis kranten in hun klassen krijgen. Ze kunnen eventueel een regeling treffen met een collega met meer uren en de kranten vervolgens delen. Zo wordt het materiaal efficiënt ingezet en zijn er geen overschotten.

4.3.5 (Vakoverschrijdende) eindtermen en ontwikkelingsdoelen

Kranten in de Klas geeft leerkrachten de kans om degelijk aan de slag te gaan rond heel wat eindtermen en ontwikkelingsdoelen.

De meest voor de hand liggende is daarbij de vakoverschrijdende eindterm **mediawijsheid**. Leerlingen werken met KiK immers aan “een **bewuste en kritische houding** ten opzichte van klassieke en nieuwe media en het vermogen tot een alledaags, informeel en creatief mediagebruik dat (impliciet of expliciet) gericht is op **participatie** in de culturele publieke sfeer (bv. lezersbrief)” (cf. p.8 van de onderwijspublicatie VOET@2010 over de nieuwe vakoverschrijdende eindtermen).

Mediawijsheid is een sleutelcompetentie binnen de nieuwe VOETen (september 2010). Leerlingen moeten alert leren omgaan met media en via de media doordacht leren participeren aan de publieke ruimte (VOET@2010, p.15).

Het is ook datgene waartoe Kranten in de Klas een aanzienlijke steen bijdraagt. Kranten in de Klas werkt immers op 3 niveaus aan mediawijsheid:

- kennismaking (cf. krantenpakketten en de lessen errond)
- bewust en kritisch met de media leren omgaan (idem)
- zelf participeren, media produceren en zo zijn stem laten horen (vnl. via de KrantenMaker)

In het kader van leren leren sluit Kranten in de Klas voorts perfect aan bij het werken rond **informatieverwerving** (“Naast instuderen en inoefenen van de leerstof, leren leerlingen ook zoekstrategieën hanteren. **Met een kritische ingesteldheid en doelgericht informatie verzamelen en selecteren** uit verschillende soorten bronnen, is eveneens een belangrijk doel.” - VOET@2010, p.13) en **informatieverwerking** (dit “houdt o.a. in dat men vaardigheid verwerft in het gebruiken van informatie, meer bepaald het **analyseren, synthetiseren en transformeren** van informatie die bruikbaar is voor het toekomstig leren en handelen” – ibidem).

Uiteraard sluit Kranten in de Klas ook nog aan bij tal van andere eindtermen: de krant brengt immers de hele wereld binnen in de klas, en leert kinderen en jongeren omgaan met die bijzonder diverse en complexe realiteit. Wie de krant leest, verwerft niet alleen kennis en inzicht, maar ontwikkelt ook (een oordeel over) waarden en normen.

Kranten zetten aan om te participeren aan het maatschappelijk debat en zo tot actief burgerschap. Door het nieuws te volgen, krijg je meer inzicht in de kenmerken en de werking van een democratie, van de samenleving als realiteit van diverse subgroepen en van onderlinge verschillen tussen mensen.

De kranten bieden elke dag weer vers materiaal om in de klas bezig te zijn met **gezondheids- en milieu-educatie** en om de leerlingen **op te voeden tot burgerzin**.

Kranten in de Klas laat tieners nadenken over de wereld en geeft hen zin om nadien de actualiteit te blijven volgen. Met het lesmateriaal van Kranten in de Klas zijn leerlingen begaan met de eindtermen **leren leren** en een breed spectrum van **sociale vaardigheden**.

De frisse vormgeving van het lesmateriaal bevordert bovendien **het plezier in luisteren, spreken, lezen en schrijven**.

In het **lager onderwijs** zijn de lessen **wereldoriëntatie** bij uitstek geschikt voor Kranten in de Klas. Natuur (gezondheids- en milieu-educatie) en technologie (attitudes) worden aangeraakt, maar de nadruk ligt uiteraard op de onderdelen **tijd, ruimte, mens, maatschappij en brongebruik**.

Kranten in de Klas bewijst zijn diensten in heel wat vakken van het **secundair onderwijs**. De diversiteit is zo groot, dat het voor ons onbegonnen werk is alle mogelijke leerplandoelstellingen op te lijsten die u met dit project kunt bereiken. We verwijzen hiervoor dan ook naar de leerplannen.

4.3.6 Milieuvriendelijk werken met KiK

Wat te doen met de kranten aan het einde van de dag? Gooi ze in ieder geval niet zomaar weg.

Geef elke dag één of meer kranten **mee naar huis**, voor de leerlingen zelf, hun familie of vrienden.

In de **studiezaal, bibliotheek** en **lerarenkamer** vinden ze vast wel enthousiaste lezers. Ook collega's en de mensen van de keuken of het onderhoudsteam zijn vaak blij met gratis lectuur.

Wordt er tijdens de krantenweken ergens een kindje geboren? Hou een krant van de geboortedag bij. Binnen 20 jaar wordt dat een origineel **verjaardagscadeau**. Ook de krant van een **bijzondere dag** (bijvoorbeeld van het huwelijk van een prinsenvaar, een belangrijke overwinning van een sportster, het overlijden van een superster) is het bewaren waard. Binnen enkele jaren wordt het een gegeerd object voor **verzamelaars**.

Organiseer een schoolmodeshow met kranten. Inspiratie voor eigen creaties vindt u door even te googelen op combinaties met de woorden *kranten, knutselen* en *modeshow*.

PEDAGOGISCHE PISTE

Alles over de nieuwste technieken en methodieken van het drukproces. Hoe wordt krantenpapier gemaakt, verwerkt en herbruikt?

www.paperchainforum.org

Met kranten en wat behangerslijm kunt u papierpulp of **papier-mâché** maken. Dat is de ideale grondstof om zelf echte kunstwerken in elkaar te steken. Even googelen en u krijgt meteen zin om aan de slag te gaan!

Scheur een oude krant in **snippers**. Neem een blanco blad en leg de snippers samen tot ze bv. een dier, een persoon, een gebouw, enz. vormen. Opkleven, inlijsten, en uw leerlingen hebben alweer een prachtig cadeau gemaakt.

Zijn er nu nog kranten over? Bind ze netjes samen en zet ze op de stoep voor de papieromhaling, klaar voor recycling. De natuur zal u dankbaar zijn!

Hoofdstuk 5 Bibliografie

GEDRUKTE PUBLICATIES

Bens, E. de (2001) *De pers in België. Het verhaal van de Belgische dagbladpers. Gisteren, vandaag en morgen.* Lannoo: Tielt.

Bens, E. de, namens de Vlaamse Mediaraad, Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap (2002) *Mediaconcentratie en pluralisme / Diversiteit. Een analyse van de mediasituatie in Vlaanderen.*

Deltour, P. & Gallez, L. (2004) *Pers en Gerecht. Vademecum voor journalisten.* Koning Boudewijnstichting: Brussel.

Donkers, H. En Willems, J. (2006) *Journalistiek schrijven voor krant en vakblad.* Uitgeverij Coutinho: Bussum.

Fuchs, B. *400 years of printing innovation in Ifra Newspaper Techniques: Darmstadt* (juli 2005)

Servaes, J. & Tonnaer, C. (1992) *De nieuwsmarkt. Vorm en inhoud van de internationale berichtgeving.* Wolters-Noordhoff: Groningen.

Verleyen, T. (2005) *Printmedia in Vlaanderen: alle persgroepen doorgelicht.* Wolters Plantyn: Mechelen.

ONLINE BRONNEN

<http://www.ipvlaanderen.be/VerhoevenInleiding.asp> (04.12.2006) 400 jaar kranten - Abraham Verhoeven. Internationaal Perscentrum Vlaanderen (IPV)/ Antwerps Pershuis vzw: Antwerpen

http://www.wan-press.org/article.php3?id_article=2821 (04.12.2006) *Newspapers: A brief history.* World Association of Newspapers (WAN)

<http://www.wan-press.org/rubrique20.html> (04/12/2006) - Shaping The Future of the Newspaper. Analysing Operational and Strategic Developments for the Press Industry.

Hoofdstuk 6 Interessante webkoppelingen

<http://www.krantenindeklas.be> - Pagina van het Vlaamse project Kranten in de Klas

<http://www.kikquiz.be> - De KiK-quiz van Kranten in de Klas

<http://www.krantenmaker.be> – De KrantenMaker, nu in een eenvoudige Flits-versie en een geavanceerde Blits-editie

<http://www.mediargus.be> - Magazine- en krantenarchief van de Vlaamse Dagbladpers

<http://www.wan-press.org/nie/faqs.php> - Newspapers in Education

<http://www.agjpb.be/vvj/dejournalist.php> - Het tijdschrift 'De Journalist'

<http://www.enpa.be> - De European Newspaper Publishers' Association

<http://www.euromedialiteracy.eu/> - Mediageletterdheid (Europese Unie)

<http://www.journalinks.be/> - Uitstekende startpagina voor journalisten (in spe)

<http://www.journalist.be> - Algemene Vereniging van Beroepsjournalisten in België – Vlaamse Vereniging van Beroepsjournalisten – Association des Journalistes Professionnels

<http://www.paperchain.be/> - Paper Chain Forum

<http://www.pers-gerecht.be/home.php> - Vademecum Pers en Gerecht

<http://www.rvdj.be> - Raad voor de Journalistiek

<http://www.rvdj.be/ethiek.php> - De journalistieke beroepsethiek

http://www.wan-press.org/article.php3?id_article=2821 - Kranten: een beknopt historisch overzicht

<http://www.wan-press.org/nie/articles.php?id=149> - World Young Reader Prizes

<http://www.wan-press.org/rubrique20.html> - Vormgeven aan de krant van de toekomst

<http://www.worldpressfreedomday.org/> - Dag van de Internationale Persvrijheid

<http://www.reprocopy.be/> - Auteursrechten van de Vlaamse krantenuitgevers

Hoofdstuk 7 Bijlagen

BIJLAGE 1: DE VERKLARING DER PLICHTEN EN RECHTEN VAN DE JOURNALIST (1971)

BIJLAGE 2: CODE VAN JOURNALISTIEKE BEGINSELEN (1982)

Bijlage 1: De Verklaring der plichten en rechten van de journalist (1971)

Aanvaard te Munchen op 24 en 25 november 1971 door de afgevaardigden van de journalistenvakbonden van de (toen nog) zes lidstaten van de Europese Gemeenschap en vervolgens aanvaard door de Internationale Federatie van Journalisten (waaronder de AVBB) op het congres van Istanboel in 1972.

Inleiding

Het recht op informatie, op vrije meningsuiting en op kritiek is één van de fundamentele vrijheden van elk menselijk wezen. Uit dit recht van het publiek om de feiten en de opinies te kennen, vloeit het geheel van de rechten en plichten van de journalist voort. De verantwoordelijkheid van de journalisten tegenover het publiek heeft voorrang op elke andere, in het bijzonder op deze tegenover hun werkgever en tegenover de overheid. De informatieopdracht behelst noodzakelijkerwijze de grenzen die de journalisten zichzelf spontaan opleggen.

Dit is het voorwerp van de Verklaring der plichten zoals zij hier werd geformuleerd. Maar deze plichten kunnen slechts daadwerkelijk nagekomen worden bij de uitoefening van het beroep van journalist indien de concrete voorwaarden tot de onafhankelijkheid en tot de waardigheid van het beroep verwezenlijkt worden. Dit is het voorwerp van de Verklaring der rechten zoals zij hierna opgegeven wordt.

Verklaring der plichten

De essentiële plichten van de journalist bij het opzoeken en het commentariëren van de gebeurtenissen zijn de volgende:

1. - De waarheid eerbiedigen, welke ook de gevolgen voor hem mogen zijn. Dit vloeit voort uit het recht van het publiek om de waarheid te kennen.
2. - De vrijheid van informatie, van commentaar en van kritiek verdedigen.
3. - Alleen informaties publiceren waarvan de oorsprong gekend is; geen essentiële informaties schrappen, noch tekst of documenten verdraaien.
4. - Geen oneerlijke methodes gebruiken om informaties, foto's en documenten te bekomen.
5. - Zich ertoe verplichten het privé-leven van de personen te eerbiedigen.
6. - Elke gepubliceerde informatie rechtzetten indien deze onjuist is gebleken.
7. - Het beroepsgeheim bewaren en de herkomst van de bekomen vertrouwelijke informaties niet verspreiden.
8. - Zich niet overgeven aan plagiaat, laster, eerroof en beschuldigingen zonder grond noch enig voordeel in ontvangst nemen voor het al dan niet publiceren van een informatie.
9. - Nooit het vak van journalist verwarren met dit van reclameman of van propagandist en geen enkele rechtstreekse of onrechtstreekse instructie in ontvangst nemen van adverteerders.
10. - Elke drukking weigeren en slechts redactionele richtlijnen aanvaarden van de redactieverantwoordelijken. Elke journalist die naam waardig, moet het als een plicht aanzien de hierboven aangehaalde principes strikt na te leven; hij erkent het recht van kracht in ieder land, maar hij aanvaardt op beroepsgebied enkel de rechtsmacht van zijn gelijken, met uitsluiting van elke gouvernementele of andere inmenging.

Verklaring der rechten

1. - De journalisten eisen vrije toegang tot alle informatiebronnen alsmede het recht vrijuit opzoekingen te mogen uitvoeren naar alle feiten die het openbaar leven kunnen beïnvloeden.

Het geheim van de staats- en privé-belangen kan niet tegen de journalist ingeroepen worden, tenzij uitzonderlijk op grond van klaar omschreven redenen.

2. - De journalist heeft het recht elke ondergeschiktheid te weigeren die in strijd zou zijn met de algemene lijn van het informatieorgaan waaraan hij medewerkt zoals deze schriftelijk werd vastgelegd in zijn contract van dienstneming. Deze weigering geldt ook voor elke ondergeschiktheid die niet duidelijk met deze algemene lijn overeenkomt.

3. - De journalist kan niet verplicht worden een beroepsdaad te stellen of een opinie uit te drukken die strijdig is met zijn overtuiging of met zijn geweten.

4. - De redactionele ploeg moet verplichtend ingelicht worden over elke belangrijke beslissing die van aard is het leven van de onderneming te beïnvloeden. Zij moet tenminste geraadpleegd worden, voor de definitieve beslissing, over elke maatregel met betrekking tot de samenstelling van de redactie: aanwerving, ontslag, overplaatsing en bevordering van journalisten.

5. - Wegens zijn functie en zijn verantwoordelijkheid heeft de journalist niet alleen het recht op de voordelen van de collectieve overeenkomsten, maar ook op een persoonlijk contract dat de materiële en morele veiligheid van zijn werk verzekert. Dit contract moet hem een bezoldiging toekennen die in overeenstemming is met zijn sociale rol en die voldoende is om zijn economische onafhankelijkheid te waarborgen.

Bijlage 2: Code van journalistieke beginselen (1982)

Aangenomen door de Algemene Vereniging van Beroepsjournalisten in België (AVBB), de Belgische Vereniging van Dagbladuitgevers (BVDU) en de Nationale Federatie van Informatieweekbladen (NFIW) - sinds 1999 FEBELMA - in 1982

De vrijheid van meningsuiting is één van de fundamentele rechten van de mens. Zij is een essentiële voorwaarde voor een goed voorgelichte publieke opinie. Teneinde bij te dragen tot het behoud van de integriteit en de vrijheid van de pers hebben de BVDU en de AVBB de hierna volgende code van journalistieke beginselen aangenomen.

1. Persvrijheid

De persvrijheid is de voornaamste waarborg voor de vrijheid van meningsuiting zonder dewelke de bescherming van de andere fundamentele burgerrechten niet kan gewaarborgd worden. De pers moet het recht hebben ongehinderd gegevens te verzamelen en informatie en commentaren te publiceren teneinde de vorming van de publieke opinie te verzekeren.

2. De feiten

De feiten moeten onpartijdig verzameld en weergegeven worden.

3. Onderscheid tussen informatie en commentaar

Het onderscheid tussen de weergave van de feiten en de commentaren moet duidelijk merkbaar zijn. Dit principe mag geen beperking vormen voor de krant om haar eigen visie en het standpunt van anderen weer te geven.

4. Respect voor verscheidenheid van opinie

De pers erkent en respecteert de verscheidenheid van opinie, zij verdedigt de vrijheid van publicatie van verschillende standpunten. Zij kant zich tegen elke vorm van discriminatie op grond van geslacht, ras, nationaliteit, taal, godsdienst, ideologie, volk, cultuur, klasse of overtuiging in de mate dat de alzo beleden overtuigingen niet in conflict komen met het respect voor de fundamentele rechten van de menselijke persoon.

5. Respect voor de menselijke waardigheid

De uitgevers, de hoofdredacteuren en journalisten moeten de individuele waardigheid en privacy respecteren; zij moeten iedere ongeoorloofde inmenging in persoonlijke pijn en smart vermijden, tenzij overwegingen i.v.m. de persvrijheid zoals onder artikel 1 bepaald, dit noodzakelijk maken.

6. Voorstellen van geweld

De misdaden, het terrorisme en andere daden van wreedheid en onmenselijkheid mogen niet genoemd worden.

7. Rechtzetting van foutieve informatie

Feiten en informatie die na publicatie ervan foutief blijken te zijn, moeten rechtgezet worden en dit zonder beperking, onverminderd de wettelijke beschikkingen inzake het recht op antwoord.

8. Bescherming van informatiebronnen

Vertrouwelijke informatiebronnen mogen niet onthuld worden zonder de uitdrukkelijke toelating van de aanbrengrers.

9. Geheimhouding

De vrijwaring van het geheim karakter in privé- en staatsbelangen, zoals voorzien door de wet, mag de persvrijheid zoals onder artikel 1 bepaald niet aantasten.

10. Rechten van de mens

Indien er tegenstelling zou kunnen ontstaan tussen de beoefening van de vrije meningsuiting en andere fundamentele rechten van de mens, moeten uitgevers en hoofdredacteurs op eigen verantwoordelijkheid beslissen aan welk recht voorrang verleend wordt na raadpleging van de betrokken journalisten.

11. Onafhankelijkheid

De kranten en journalisten mogen aan geen enkele druk toegeven.

12. Advertenties

De advertenties moeten dermate opgemaakt worden dat de lezer ze niet kan verwarren met de berichtgeving.