

MADE IN  
WEST-  
VLAANDEREN

**howest**  
De Hogeschool West-Vlaanderen  
Lid van de Associatie Universiteit Gent

# Kijken naar het leed van anderen

**De overwegingen van Vlaamse redacties om  
dramatische beelden wel of niet te publiceren**

Bachelorproef aangeboden door

**Deschietere Stijn**

Promotoren: Bregt Vermeulen en Karl Vandenberghe

Academiejaar 2014-2015



MADE IN  
WEST-  
VLAANDEREN

**howest**  
De Hogeschool West-Vlaanderen  
Lid van de Associatie Universiteit Gent

# Kijken naar het leed van anderen

**Dramatische beelden in de Vlaamse nieuwsmedia**

Bachelorproef aangeboden door

**Deschietere Stijn**

Promotoren: Bregt Vermeulen en Karl Vandenberghe

Academiejaar 2014-2015

# Woord vooraf

Deze bachelorproef kadert in de bachelor journalistiek aan de Hogeschool West-Vlaanderen in Kortrijk (Howest) en is het hoogtepunt van mijn journalistieke opleiding. Mijn interesse in het onderwerp werd gewekt door een discussie die één van mijn docenten startte tijdens een studiereis. Hij vroeg ons hoe ver de media mag gaan in het tonen van schokkende en dramatische beelden. Hij gaf daarbij het alomtegenwoordige voorbeeld van de onthoofdingvideo's van de IS. Vanaf dat moment hield ik mijn ogen open voor gewelddadige beelden in kranten, tijdschriften, online media en televisie. Daarbij is me opgevallen dat er inderdaad veel gruwelijke beelden worden getoond en dat, naar aanleiding van de onthoofdingsvideo's, dit nu ook een populair discussiepunt is geworden in de media en op internetfora. Het ene kamp vindt dat alles getoond moet worden aan het publiek, om hun er aan te herinneren wat er zich afspeelt in de wereld. Het andere kamp vindt het onverantwoord om altijd alles te tonen, omdat het publiek beschermd moet worden of het gewoon geen meerwaarde biedt aan het verhaal. Moeten media die beelden publiceren? Een dilemma met vele kanten.

Een volledig jaar heb ik hieraan gespandeerd. Urenlang heb ik me verdiept in materie aangaande deontologie, ethiek, effecten van dramatische beelden, het gebruik ervan, etc.. Ik heb ook enorm veel tijd en energie gestoken in het filmen en monteren van mijn bijhorende documentaire. Het was niet altijd even makkelijk, maar het was zeker de moeite waard. Toch zou het me nooit gelukt zijn zonder de steun en de hulp van verschillende personen, waar ik gedurende de voltooiing mijn eindwerk op kon rekenen.

Ik zou eerst en vooral graag mijn promotoren Karl Vandenberghe en Bregt Vermeulen bedanken voor de goede steun en begeleiding tijdens het schrijven en de opnames van mijn bachelorproef. Dankzij hun gerichte feedback kon ik mijn bachelorproef tot een goed einde brengen. Ik raad mensen die in de toekomst voor een soortgelijke opdracht staan aan om zeker gebruik te maken van de feedback van hun promotor. Ook wil ik mijn leerkrachten montage- en cameratechnieken bedanken; Reginald Van Severen, voor zijn strenge maar rechtvaardige manier van lesgeven en Alain Benoit, voor het eeuwige geduld met iemand die veel te vaak met zijn hoofd in de wolken zit. Beide hebben een inspirerende passie voor het vak. Daarnaast gaat mijn dank ook uit aan iedereen die de tijd nam om mijn bachelorproef na te lezen op fouten. In het bijzonder bedank ik mijn moeder die me een duwtje in de rug gaf wanneer ik dit het meest nodig had en Dario Vandekerckhove die bewees een ware vriend te zijn door telkens mee te gaan wanneer er moest worden gefilmd, zelf al betekende dit dat we om 22u30 in Brussel moesten staan. Mijn vader wil ik bedanken voor de onvoorwaardelijke steun

en de kans die hij me geeft om verder te studeren. Ook Lisa Van Cauwenbergh verdient een speciale vermelding voor haar steun en hulp bij het nalezen op fouten.

Mijn grootste dank gaat uit naar de hoofdredacteurs van De Morgen, Het Nieuwsblad, de VRT en VTM. Zonder hun medewerking was het onmogelijk mijn eindwerk tot een goed einde te brengen.

*Deschietere Stijn*

*Kortrijk, augustus 2015*

# Abstract

Wie de krant leest of naar het televisienieuws kijkt wordt vaak geconfronteerd met schokkende of gewelddadige beelden. Enerzijds speelt de strijd om grotere lees- en kijkcijfers hier een belangrijke rol in, waardoor nieuwsmedia sensationeler gaan berichten. Anderzijds zorgt technologische evolutie, zoals internet en sociale media, voor een overvloed aan beelden waar de media uit kunnen kiezen. Het lijkt alsof we er amper nog aan kunnen ontsnappen. Vooral de traditionele nieuwsmedia hebben het steeds moeilijker. De dilemma's worden talrijker en er moet met steeds meer rekening worden gehouden. Maar hoe gaan de grootste traditionele Vlaamse nieuwsredacties hier mee om?

## **Wat zijn hun overwegingen om bepaalde dramatische beelden wel of niet te publiceren?**

Om deze problematiek beter te begrijpen en een antwoord te vinden op de hoofdvraag, werd om te beginnen een kwalitatief onderzoek gedaan aan de hand van een uitgebreide literatuurstudie. Het gebruik van dramatische beelden werd hier onder de loep genomen, alsook de effecten ervan op het publiek. Ook journalistieke ethiek, deontologie en de Raad voor de Journalistiek werden onderzocht. Tenslotte werd het traditionele Vlaamse medialandschap bekeken en werden verschillende kranten en televisiezenders tegenover elkaar gezet. Om tot een conclusie te komen werd alle voorgaande kennis uit de literatuurstudie gecombineerd met interviews met hoofdredacteurs van De Morgen, Het Nieuwsblad, de VRT en VTM.

Waarden en normen worden vaak anders ingevuld naargelang de nieuwsredactie, het DNA van hun nieuwsmedium en hun hoofdredacteur. De onderzochte redacties blijken toch vaak verschillende waarden voorop te stellen bij het overwegen of dramatische beelden gepubliceerd moeten worden of niet: bij de VRT is dit waardigheid van het individu, de nieuwswaarde en de verifieerbaarheid van de beelden; VTM stelt relevantie voorop; De Morgen nieuwswaarde, relevantie en het privacy-aspect van de slachtoffers en Het Nieuwsblad houdt vooral rekening met zijn lezers en de waardigheid van het slachtoffer. Alle redacties behandelen dramatische beelden met meer voorzichtigheid als ze van nabij komen, omdat rekening moet worden gehouden met nabestaanden. Er wordt geen onderscheid gemaakt tussen amateur- en professionele beelden, ze worden op dezelfde manier behandeld.

Alle hoofdredacteurs onderstrepen dat het overwegen om dergelijke beelden te publiceren geen exacte wetenschap is. Elk beeld moet telkens weer afzonderlijk worden bekeken en daarna wordt de afweging gemaakt. Het belangrijkste hierbij is nog altijd gezond verstand.

# Abstract

Whoever reads newspapers or watches television news is often confronted with shocking or violent images. On one hand this is largely because of competition between the news media, who constantly pursue greater viewing and reading figures and therefore make news more sensational. On the other hand technological evolution such as internet and social media provide news media with an abundance of dramatic images to choose from. It seems like we can barely escape from dramatic images anymore. Especially the traditional news media have difficulties dealing with this. The dilemmas become more numerous and increasingly more must be taken into account. But how do the largest Flemish editorial offices deal with this? What are their considerations whether to publish certain dramatic images, or not?

To get a better understanding of this problem and find an answer to the main question, a qualitative study was made based on an extensive literature review. The use of dramatic images as well as their effects on the public were discussed. Journalistic ethics, deontology and the Belgian Council for Journalism were also examined. Finally the traditional Flemish media landscape was discussed and several newspapers and television channels were opposed to each other. To reach a conclusion all the previous knowledge from the literature study was combined with interviews with chief editors of Flemish newspapers De Morgen and Het Nieuwsblad and television channels the VRT and VTM.

News values and standards are often filled in differently according to the specific editorial office, the DNA of their news medium and their editor-in-Chief. The examined editorial offices often prioritized different news values when considering if dramatic images should be published or not. At the VRT they valued above all the dignity of the victim, the news value and the verifiability of the images. VTM prioritizes relevance. De Morgen's first considerations are news value, relevance and the privacy aspect of the victims. For Het Nieuwsblad the most important factors to consider when publishing dramatic images are the readers and the dignity of the victim. Dramatic pictures are treated more cautiously by all the editorial offices when they have a high proximity range, because of family members watching and reading the news. No distinction is made between amateur and professional images, they are treated the same way.

All chief-editors emphasize the fact that when to publish dramatic images is no science. Each image should always be viewed separately and weighted up carefully on how they should be used. The most important tool is common sense.

# Inhoudsopgave

DEEL 1: Researchdossier.....	11
1. Inleiding.....	12
2. Dramatische beelden .....	14
2.1. Begripsomschrijving .....	14
2.2. Dramatische beelden in nieuwsberichtgeving .....	14
2.3. Effect dramatische beelden op het publiek .....	16
3. Gebruik van dramatische beelden .....	18
3.1. Aandachtstrekker .....	19
3.2. Mobiliseren.....	20
3.3. Truth-Telling .....	22
4. Ethiek en deontologie .....	24
4.1. Begripsomschrijving .....	24
4.2. Journalistieke ethiek.....	25
4.3. Journalistieke deontologie .....	29
5. Vlaamse nieuwsredacties.....	35
5.1. Kranten .....	35
5.2. Televisie .....	38
6. Overwegingen Vlaamse redacties .....	42
6.1. Profiel van het nieuwsmedium.....	43
6.2. Deontologische codes en redactiestatuten.....	43
6.3. Belangrijkste waarden .....	44
6.4. Nabijheid .....	46
6.5. Amateurbeelden.....	47
6.6. Gezond verstand.....	48
Deel 2: Persoonlijke verwerking met oog op het journalistieke eindproduct .....	49
1. Situering onderwerp in de media.....	50
1.1. Case 1: Radio .....	50
1.2. Case 2: Televisie .....	52
1.3. Case 3: Print.....	54
2. Formatanalyse .....	57
2.1. Telefacts .....	57
2.2. Analyse Telefactsreportage .....	58



2.3. Eigen werkwijze .....	60
3. Werkplan en scenario.....	61
3.1. Gedetailleerd scenario .....	61
3.2. Biografie gekozen gesprekspartners .....	70
3.3. Logboek .....	73
Conclusie .....	78
Persbericht .....	81
Referentielijst .....	82
Bijlagen .....	87
Bijlage 1: Code van de Raad voor de Journalistiek.....	88

# Figuren

*Figuur 1: Raising The Flag on Iwo Jima* ..... 20  
*Figuur 2: Napalm Girl* ..... 20  
*Figuur 3: The Murder of Emmet Till*..... 21

# DEEL 1: Researchdossier

# 1. Inleiding

*“An editor must consider the effect of each picture on the reader; psychological violence can be inflicted through words, but far more brutally with a photograph.”* (Oliver Duff (journalist), 2014)

Kranten en Nieuwsuitzendingen worden vaak gevuld met nieuws over rampen, misdaad, oorlog en andere negatieve gebeurtenissen. Geen wonder dus dat wie de krant leest of naar het televisienieuws kijkt, vaak wordt geconfronteerd met schokkende of gewelddadige beelden. Bovendien zorgt de enorme groei van sociale media ervoor dat dit soort beelden nog sneller de weg naar het scherm vinden. Sociale media betekent namelijk dat iedereen beelden van oorlog en menselijk leed kan publiceren. Kortom: het lijkt alsof we er amper nog aan kunnen ontsnappen.

Toch publiceren traditionele nieuwsorganisaties niet zomaar alles wat binnenkomt op de redactie. Hun nieuwsredacties moeten constant beslissingen maken om wel of niet dramatische beelden te publiceren, welke te gebruiken en waarom, waar ze te publiceren (televisie, krant of online) en hoe ze te tonen (moeten ze worden bewerkt of niet?). Hoewel deze dilemma's helemaal niet nieuw zijn, is het een feit dat gewelddadige, nieuwswaardige beelden vandaag 'overal' zijn. Dit maakt de keuzes van nieuwsorganisaties en redacties belangrijker, en moeilijker.

Ook in Vlaanderen staan de nieuwsredacties voor diezelfde dilemma's. Een interessante case is die van de onthoofdingvideo's van de terreurgroep Islamitische Staat (IS). VRT besliste hier niets van te publiceren. Geen bewegende beelden, geen stills, niets. Andere redacties, waaronder tegenhanger VTM, beslisten om deeltjes of stills te publiceren. De duidelijke tegenstellingen in deze case roepen interessante vragen op: hoe gaan de Vlaamse nieuwsredacties om met dergelijke beelden? Meer specifiek: **wat zijn de overwegingen van de Vlaamse redacties om dramatische beelden wel of niet te publiceren?** Wordt er voornamelijk rekening gehouden met wat het publiek wil of liggen de motieven vooral binnen de redactie? Maar ook: hoe wordt gebruik gemaakt van dergelijke beelden? Wat is het effect ervan op het publiek? Wat is de invloed van sociale media? Worden (amateur)beelden die via sociale media de redactie binnenkomen met dezelfde overwegingen behandeld? Welke deontologische codes zijn voorhanden? Het zijn stuk voor stuk boeiende vragen waar deze thesis een antwoord op hoopt te geven.

Het eerste deel van de thesis bestaat vooral uit literatuurstudie. Er wordt dieper ingegaan op dramatische beelden, hoe deze gebruikt worden en wat de mogelijk effecten ervan zijn op het publiek. Ook journalistieke ethiek en mogelijk filosofieën die redacties kunnen helpen worden

besproken. Vervolgens wordt de Raad voor de Journalistiek onder de loep genomen en wordt de deontologische code van De Raad voor de Journalistiek geanalyseerd. Tenslotte werd het traditionele Vlaamse medialandschap bekeken en werden verschillende kranten en televisiezenders tegenover elkaar gezet. Om tot een conclusie te komen werd alle voorgaande kennis uit de literatuurstudie gecombineerd met interviews met hoofdredacteurs van De Morgen, Het Nieuwsblad, de VRT en VTM.

Het tweede deel focust voornamelijk op het bijhorende journalistieke eindproduct van deze bachelorproef: een videoreportage. Het bevat analyses van andere reportages en casussen, een uitgeschreven scenario van het eindproduct, de werkwijze van hoe het tot stand gekomen is, voorbereiding op interviews en een logboek.

## 2. Dramatische beelden

### 2.1. Begripsomschrijving

De term 'dramatische beelden' is ondertussen al een paar keer gevallen. In dit onderzoek wordt voor deze categorie beelden deze allesomvattende term gebruikt. 'Dramatische beelden' is de benaming die vier onderzoekers, verbonden aan de Nijmeegse Radboud Universiteit, gebruiken op basis van kwantitatief onderzoek. Nuijten, Hendriks Vettehen, Peeters en Beentjes definiëren 'dramatische beelden' als beelden van gewonde, zieke, uitgehongerde of dode mensen, aan dood gerelateerde voorwerpen, rellen, oorlog, vandalisme, branden, rampen, ongelukken, ravage, huilende, juichende of schreeuwende mensen (Nuijten, 2007).

Onderzoek toont namelijk aan dat niet alleen beelden met fysieke schade, zoals bloed of dode lichamen, als schokkend ervaren kunnen worden. Ook beelden die emotionele schade tonen, zoals huilende of schreeuwende mensen, kunnen een grote impact hebben op de kijker (van der Molen, 2004).

### 2.2. Dramatische beelden in nieuwsberichtgeving

Sinds de millenniumwisseling zijn er meer dan genoeg gebeurtenissen geweest waar dramatische beelden de nieuwsberichtgeving domineerden. De verslaggeving van *Terroristische aanslagen* neemt hier een grote hap uit. Op 11 september 2001 kon iedereen live de aanslagen en hun gevolgen in New York en Washington volgen. De verslaggeving gebeurde vooral op basis van dramatische beelden (Jaworski, Fitzgerald, & Constantinou, 2005). De aanslagen in Madrid (2004) en Londen (2005) worden vaak gelinkt aan 9/11 en veroorzaakten ook een wereldwijde mediastorm met een overvloed aan dramatische beelden tot gevolg (Keith, Schwalbe, & Silcock, 2006). Ook *oorlog* zorgde voor zijn aandeel aan controversiële beelden. Denk maar aan de V.S.-geleide oorlog in Irak: de met kogels doorzeefde lichamen van Saddam Husseins zonen, de verkoelde lichamen van vier Amerikaanse aannemers opgeknoopt aan een brug in Fallujah, naakte Iraakse gevangenen die worden vernederd in de Abu Ghraib gevangenis en de onthoofding van de Amerikaanse zakenman Nick Berg (Keith, Schwalbe, & Silcock, 2006). Tegenwoordig is de oorlog met de Islamitische Staat (IS) in Syrië en Irak een populair nieuwstopic die talrijke dramatische beelden met zich meebrengt. Er

waren ook *natuurrampen*: de zeebeving in de Indische Oceaan (2004) en bijhorende tsunami met 230.000 doden als gevolg, Orkaan Katrina (2005) en de foto's van de onfortuinlijke slachtoffers en enorme schade. Recent ook de zeebeving en tsunami in Japan (2011) en de aardbeving in Nepal (2015). Andere nieuwsthema's die bijna dagelijks dramatische beelden met zich meebrengen zijn *criminaliteit* en *ongevallen*.

### **2.2.1. Burgerjournalistiek en sociale media**

Tegenwoordig wordt de rol van journalist ook steeds meer ingevuld door gewone burgers. Het is een fenomeen die volgens veel onderzoekers opkwam in de onmiddellijke nasleep van de Tsunami in Zuid-Azie in 2004: 'Citizen Journalism' of burgerjournalistiek. Dramatische beelden van de ramp, vastgelegd door ooggetuigen, gingen de wereld al rond voor er journalisten ter plaatse waren (Allan & Thorsen, 2009). Technologische evolutie en de opkomst van het internet en sociale media zorgen dat dergelijke beelden nog sneller worden verspreid. Tegenwoordig kan iedereen beelden van geweld en menselijk leed publiceren (Posetti, 2014). Bovendien is er bewijs dat de opkomst van de sociale media ervoor zorgt dat de normen voor het publiceren van grafische beelden bij de verschillende nieuwsmedia verschuiven.

In de woorden van Suzanne Moore in The Guardian: *"Sharing pictures of corpses on social media isn't the way to bring a ceasefire. Spreading them only devalues the currency of shared humanity."*

### **2.2.2. Sensatiezucht: if it bleeds, it leads**

De opkomst van sociale media is niet de enige evolutie die de toename van dramatische beelden in de nieuwsberichtgeving verklaart. Aspecten die vandaag het nieuws kenmerken zijn emotie, betrokkenheid, minder afstand tussen publiek, media en nieuws en de ervaringswereld van de 'gewone man' als belangrijk vertrekpunt (Leferink & Sessink, 2009). Volgens verschillende onderzoekers is het nieuws daarmee sensationeler geworden (Cottle & Nolan, 2007; Peeren, 2003). Deze onderzoeken zien ook een duidelijk verband met de toegenomen concurrentie op de nieuwsmarkt. Marketing en business heeft een steeds grotere invloed in het maken van nieuws. De media, dus ook de nieuwsorganisaties, zijn er meer op gericht om zoveel mogelijk kijkers en lezers aan te trekken. Ze zullen dan ook vaker kiezen voor verhalen die de mensen graag lezen of zien en

die dus verkopen (Hawkins, 2002; Colin Sparks, 2000). Dit mediafenomeen wordt *sensationalism* of sensatiezucht genoemd.

Eén van de belangrijkste kenmerken van sensatiezucht is de keuze van het onderwerp. Binnen sensatiezucht worden zoals gezegd onderwerpen besproken die de lezer in de eerste plaats een bepaalde mate van sensatie of 'arousel' bieden. De informatieve functie van een nieuwsstuk verschuift daarbij soms zelfs naar de tweede plaats. Lange tijd zijn seks en geweld, zoals oorlog en terreur, twee van de meest relevante onderwerpen geweest als men kijkt naar sensatiezucht binnen de journalistiek. In de loop van de negentiende eeuw zijn hier minder gewelddadige onderwerpen, zoals natuurrampen en ongevallen, bijgekomen (Sachsman & Bulla, 2013). Niet alleen de keuze van het onderwerp, maar ook **foto's en video's maken een groot deel uit van het sensationeel karakter** van het nieuws. Het zijn namelijk belangrijke middelen om de aandacht te trekken (Batziou, 2011; Graber, 1996).

Kortom betekent het groeiende sensationele karakter van het nieuws dat thema's zoals oorlog, terreur, criminaliteit, natuurrampen en ongevallen populairder worden. Als men het belang van beeldmateriaal als kenmerk van sensatiezucht daarbij rekent, kan men tot de conclusie komen dat er een toename is in het gebruik van dramatische beelden in de nieuwsberichtgeving. Deze conclusie wordt ook bevestigd door verschillende onderzoekers en schrijvers (Stafford T. , 2014; Cottle & Nolan, 2007; Hoijer, 2004; van der Molen, 2004).

### **2.3. Effect dramatische beelden op het publiek**

Studies hebben aangetoond dat meer realistische beelden van geweld, dus ook van bepaalde dramatische beelden, het niveau van betrokkenheid en agressie kan verhogen (Huesmann, Moise-Titus, Podolski, & Eron, 2003; Paik, 1994). Ook zou bij het publiek de angst kunnen groeien om zelf het slachtoffer te worden van geweld (Doran & Burgess, 2012; Sparks & Ogles, 1990; Garofalo, 1981). Tenslotte zou een hoge blootstelling aan dramatische beelden in het nieuws, het publiek ongevoeliger kunnen maken voor dergelijke beelden (van der Molen, 2004). Dit laatste effect wordt ook wel het desensibilisatie-effect genoemd.



### ***Iets om over na te denken***

*In een tijd waarin journalisten nog steeds proberen nauwlettend toe te zien op de hoeveelheid en het type van dramatische beelden in traditionele media, krijgt het jong publiek, en met name de “YouTube” generatie, dramatische beelden misschien wel op een heel andere manier te zien.*

*Nieuwsconsumenten, en dan vooral de jongere generaties, worden vandaag veel meer blootgesteld aan dramatische beelden dan vroeger. Dit gebeurt nu vooral online en via andere nieuwe media. We weten aan de hand van verschillende studies dat desensibilisatie één van de belangrijkste effecten is van een hoge blootstelling aan dramatische beelden in het nieuws. Het is dus waarschijnlijk onvermijdelijk dat een groot publiek, met name de “Youtube” generatie, wordt gedesensibiliseerd. Men kan zich dan de vraag stellen of nieuwsmedia wel nog zo voorzichtig moeten zijn met het tonen van dramatische beelden, aangezien mensen er beter en beter tegen kunnen. Misschien zal de desensibilisatie van het publiek de media ook dwingen steeds meer gebruik te maken van steeds dramatischere en sensationelere beelden als ze een groot publiek willen blijven aantrekken (Has news media desensitized consumers to graphic images?, 2011). Dit zijn interessante vraagstukken.*

### 3. Gebruik van dramatische beelden

Sinds de uitvinding en opmars van de fotografie in de negentiende eeuw heeft de beeldcommunicatie in het nieuws een onvoorstelbaar grote betekenis gekregen. Het gezegde 'Een beeld zegt meer dan duizend woorden' demonstreert het belang van beelden en de informatie die ze kunnen inhouden (Van Staden & Rinzema, 2011). **Uit verschillende onderzoeken blijkt zelfs dat visuele content een groter publiek bereikt dan tekst**, omdat we evolutionair gezien enorm veel sneller visuele informatie opnemen (Gioglio, 2014). We leven in een visuele tijd. Afbeeldingen vormen ons begrip van de wereld. Dit verschijnsel is zo overtuigend dat invloedrijke geleerden spreken over een 'pictorial turn' (Martinengo, 2013; Emma Hutchison, 2014). Geschreven en gesproken woorden zijn essentieel voor onze manier van communiceren, maar beelden kunnen een punt veel sterker maken. In het hedendaags nieuwslandschap zijn ze onmisbaar geworden (Zwaan, 2003).

Er bestaat nog een ander gezegde die hun belang illustreert: 'ik geloof het als ik het zie'. Beelden zijn zo invloedrijk geworden dat er een 'waar geen beelden van bestaan is niet gebeurd'-attitude ontstaan is. **Ze leveren het bewijs dat iets echt gebeurd is**. De nieuwswaarde van een gebeurtenis daalt dan ook als er geen beelden van zijn (Zwaan, 2003). Denk maar aan de foto's en video's van de aanslag op de Twin Towers in 2001. Deze toonden aan de wereld wat er gebeurde op 11 september en dit op een krachtiger manier dan woorden ooit zouden gedaan hebben. In de woorden van een redacteur: "The pictures meant everything" (Huxford, 2004). Zonder het zien van de beelden zouden veel mensen waarschijnlijk niet geloven wat er gaande was die dag. Het was zelfs moeilijk te geloven met de beelden.

Door hun belang, impact en bewijs dat ze leveren dat iets echt gebeurd is, worden (dramatische) beelden om diverse redenen en op verschillende manieren gebruikt. Zoals eerder aangegeven zijn het belangrijke middelen om de aandacht te trekken. De media kunnen met de juiste beelden ook een enorme impact hebben op de publieke opinie, iets waar ze zich zeer bewust van zijn. Dramatische beelden worden ook vaak gepubliceerd omdat het de journalistieke plicht is mensen te informeren. Het niet berichten over een gebeurtenis wordt dan vaak gezien als het achterhouden van informatie. Wat volgt is een gedetailleerde omschrijving van deze verschillende manieren van gebruik.

### 3.1. Aandachtstrekker

In het verleden probeerde men lezers aan te trekken door het gebruik van grote dikke letters als titels. In de laatste jaren wordt deze toepassing meer en meer vervangen door het gebruik van indrukwekkende –zowel thematisch als technische- foto's. Het doel blijft hetzelfde, het aantrekken van lezers (Batziou, 2011).

Visuele beelden eisen de aandacht van de kijker. Foto's hebben de eigenschap om drama, emotie en realisme over te brengen op een manier dat tekst alleen niet kan. Graber (1996) zei dat het combineren van beelden met woorden de boodschap veel makkelijker maakt om te onthouden. De elementen van beelden kunnen dramatische informatie produceren die niet noodzakelijkerwijs worden overgebracht of waargenomen via tekst alleen. Graber schrijft dit toe aan het feit dat het menselijk brein grotere hoeveelheden informatie opneemt als de boodschappen visueel zijn (Graber, 1996).

Bij beelden kunnen we ook vaststellen dat het aspect van menselijke sensatie enorm belangrijk is (Cope, et al., Unkown). Een algemeen standpunt omtrent de media is dat aandacht het best wordt verkregen door in te spelen op sensatie en human interest (Meyrowitz, 1986). Meyrowitz (1986) zegt ook dat alle media hun aandacht richten op dramatische of spannende gebeurtenissen en spektakels om het publiek op te winden en de aandacht ervan te trekken (sensatiezucht). Het gebruik van beelden is hierbij dus populair, aangezien ze sneller de aandacht trekken en veel makkelijker zijn in het gebruik ervan. Maar zorgt het opwinden van de ontvanger door in te spelen op sensatie ook daadwerkelijk voor meer betrokkenheid van zijn kant?

Graber (1996) toont aan dat opwindend wel degelijk de betrokkenheid van de ontvanger verhoogt. Hij zegt dat de snellere verwerking van visuele informatie gebaseerd is op volgende wetenschappelijke verklaring; foto's en bewegende beelden wekken een gevoel van deelneming of het getuige zijn van een gebeurtenis op, waardoor ze de ontvanger opwinden en ook veel meer betrekken. Deze emotionele betrokkenheid van de ontvanger zorgt ervoor dat het bewegend beeld of de afbeelding nog realistischer lijkt, waardoor de geloofwaardigheid ervan nogmaals wordt versterkt (Graber, 1996). Met andere woorden; beelden creëren een gevoel van drama omdat ze de aandacht van de ontvanger vasthouden. Verder creëren ze emotionele betrokkenheid wat resulteert in persoonlijke identificatie van de ontvanger met de betrokkenen in het nieuwsverhaal. Daarom dat printverhalen vaak visueel zullen worden geschreven als ze een dramatische impact moeten hebben (Graber, 1996).

### 3.2. Mobiliseren

Beelden van conflict en dood fascineren het publiek al lang (Cope, et al., Unkown). Ze kunnen zelfs een iconische status aannemen, of ze nu positief of negatief zijn. Denk maar 'Raising the Flag on Iwo Jima', de triomfantelijke iconische foto, die in schril contrast staat met Nick Ut's foto 'The Terror of War', beter bekend als 'Napalm Girl'. Beide foto's bereikten een onsterfelijke status bij het Amerikaanse volk. De ene werd echter gezien als het opzweepende symbool van de overwinning waar het volk zo naar verlangde (Hariman, 2002). De andere had een zodanig schokkende impact dat vaak wordt gezegd dat hij het einde van de Vietnamoorlog inluidde (Alimurung, 2014).



*Figuur 1: Raising The Flag on Iwo Jima*

Krachtige beelden van oorlog en conflict kunnen de publieke opinie voor of tegen gewapende operaties doen omslaan (Sontag, 2003). Zo waren de effecten van de meest iconische foto's van de Vietnamoorlog (een boeddhistische monnik die zichzelf in brand steekt, een meisje verbrand door napalm, Vietnamese dorpelingen afgeslacht door Amerikaanse troepen in My Lai (Cope, et al., Unkown)), zo sterk dat het idee van een gerechtvaardigde oorlog ondermijnd werd. De groeiende ontgoocheling van het Amerikaanse volk zette een enorme druk op de overheid en hun oorlogsbeleid (Kennedy, 2008).



*Figuur 2: Napalm Girl*

Een stuk recenter zijn de beelden van Somaliërs die de lichamen van Amerikaanse soldaten door de straten slepen in 1993. Dit schokte het Amerikaanse publiek en wordt algemeen beschouwd als een rechtstreekse bijdrage aan de beslissing van President Clinton om troepen terug te trekken uit het gebied (Perlmutter, 2005). Polls van Time, CNN en Gallup toonden aan dat mensen die de foto's hadden gezien, geneigd waren voorstander te zijn van een terugtrekking uit Somalië. Voor de publicatie van betreffende foto's waren er zelfs weinig Amerikanen die aandacht hadden voor het conflict (Perlmutter, 2005).

Maar het is niet enkel bij gewapende conflicten dat dramatische beelden een grote invloed kunnen hebben op de publieke opinie. De moord op de 14-jarige Emmet Till in 1955 in Mississippi veroorzaakte nationaal aandacht voor raciaal geweld en onrechtvaardigheid in de VS. Terwijl de jonge Afro-Amerikaanse jongen op bezoek was bij familie in Mississippi, werd hij ontvoerd, gemarteld en op een brutale manier vermoord door twee blanke mannen. Op de begrafenis waren enkele journalisten aanwezig, waaronder David Jackson. Hij nam de beroemde foto van een onherkenbaar toegetakelde Emmet Till in zijn doodkist. De moeder van Till wou aan de wereld laten zien wat haar zoon was overkomen en stond toe dat de foto werd gepubliceerd. De media aandacht en verspreiding van de gruwelijke foto was uiteindelijk een belangrijke katalysator voor de prille Afro-Amerikaanse burgerrechtenbeweging in de VS. De zaak blijft tot de dag van vandaag sterk resoneren (The Murder of Emmett Till).

Simeon Booker, een andere journalist die aanwezig was op de begrafenis en verslag uitbracht voor JET (Amerikaans magazine), vertelt over de invloed van de foto; *"JET's circulation just took off when they ran the picture. They had to reprint, the first time they ever reprinted JET magazine. And there was a lot of interest in that case. And the entire black community was becoming aware of the need to do something about it"* (The Murder of Emmett Till).



**Figuur 3: The Murder of Emmet Till**

De macht van de media om de focus van het publiek op bepaalde belangrijke publieke kwesties te richten, en daarmee ook de macht om de agenda van de regering mee te bepalen, is een niet te onderschatten invloed. Niet alleen krijgt het publiek waarheidsgetrouwe informatie over publieke zaken in de media, ze leren ook hoeveel belang ze aan bepaalde kwesties moeten hangen. Dit op basis van de nadruk die op de kwestie gelegd wordt in het nieuws (McCombs, 2004). Walter Lippman, een bekende Amerikaanse reporter en schrijver van 'Public Opinion', gaat zelfs zo ver met deze theorie dat de nieuwsmedia volgens hem de vensters zijn naar de uitgestrekte wereld buiten onze eigen directe en rechtstreekse waarnemingen en ervaringen. De nieuwsmedia bepalen onze cognitieve kaart van de die wereld. Lippmann (1922) argumenteert dat Publieke opinie niet reageert op de omgeving, maar op de pseudo-omgeving gecreëerd door de media.

### 3.3. Truth-Telling

Volgens de Code van de Raad voor de Journalistiek (2012) heeft de pers het recht en de plicht om het publiek te informeren over zaken van maatschappelijk belang. Op één vlak is er absolute unanimiteit; journalisten moeten hierbij de waarheid vertellen. Het is hun plicht (Kovach & Rosenstiel, 2001) en één van de fundamentele ethische principes van de journalistiek (Singer, 2008). Het principe van truth-telling voor journalisten heeft volgens sommigen zelfs prioriteit over het promoten van civiele waarden en normen en het dienen van het land (Murphy, Ward, & Aine, 2006). Veel mensen richten zich namelijk vaak eerst naar de massamedia om informatie over een gebeurtenis te verkrijgen (Houston, Pfefferbaum, & Rosenholtz, 2012).

Maar is de volledige realiteit van een gebeurtenis in al zijn gruwelijkheid tonen nodig als men zo waarheidsgetrouw mogelijk wil berichten? Rond deze vraag bestaat veel discussie en het is niet simpel te beantwoorden. Het antwoord is dan ook niet eenduidig. Volgende voorbeelden verduidelijken dit.

Waar volgens velen de 'volledige realiteit' niet werd getoond en wat veel kritiek oogstte, is de televisieberichtgeving van de oorlog in Bosnië door de BBC (Campbell, 2004). De toenmalige richtlijnen van de BBC van wat wel en niet getoond kon worden in nieuwsberichtgeving voorkwam dat beelden die de ernst en omvang van etnische genocide illustreerden het scherm niet haalden. Dit leidde tot een 'opstand' van de correspondent van BBC in Bosnië, Martin Bell. Hij klaagde deze richtlijnen openlijk aan. Volgens hem kon hij door deze 'censuur van goede smaak' onmogelijk de realiteit van de Bosnische oorlog overbrengen naar het publiek. *"The censorship of "good taste" was*

*leading the BBC to prettify and sanitize the war*” (Taylor, 1998). Ironisch aan deze case is dat de dramatische beelden van dode lichamen terugkeerden in de berichtgeving naar het einde van het conflict toe en in de nasleep ervan. Nieuwsverhalen over de rechtszaken in Den Haag, bijvoorbeeld, werden overvloedig geïllustreerd met beelden van massagraven en andere gruwelijke bewijzen van oorlogsmisdaden. Deze beelden worden nu aan ons getoond om ons te herinneren aan de misdaden die tijdens de oorlog verborgen werden gehouden (Campbell, 2004).

Een andere interessante case is die van de onthoofdingsvideo's die IS sinds 2014 de wereld instuurt. De video's zijn schokkend, wansmakelijk en afstotend. De massamedia wreef zich wereldwijd in de haren; tonen we deze beelden of weerhouden we ons hiervan? Deze video's zouden nieuwsorganisaties de kans geven om met misselijkmakend detail de acties van terroristische organisaties te tonen. Op zijn beurt zou het tonen van de beelden ook zeker een invloed hebben op de wereldwijde politiek (zie 3.2. Aanspreken/veranderen publieke opinie). Op hetzelfde moment riskeren diezelfde media om propaganda-tools te worden van de terroristen, beter gekend als de Islamitische Staat, of IS (Steinberg, 2014). Hoewel de meeste media ongeveer hetzelfde pad volgden, was er toch wat verdeeldheid.

Het overgrote deel van de media wereldwijd weerhield er zich van meer te tonen dan stills, screenshots of enkele seconden van de video's. Al Jazeera America zei in een verklaring dat “we geen beelden of audio van de gruwelijke video's zullen publiceren. Deze video's worden gebruikt als propaganda en wij willen hier geen deel van uitmaken. We kunnen perfect en waarheidsgetrouw verslag uitbrengen zonder de beelden te tonen” (Steinberg, 2014).

Veel van hun collega's maken dezelfde afweging, bijvoorbeeld de kwaliteitskrant The New York Times. Vlaamse media idem dito; de VRT en de Standaard publiceren niets van de beelden. Anderen kiezen dan weer voor foto's of stills van de moord (Zinzen, 2015).

CNN en CBS toonden delen van de video's. Tony Maddox, vice-voorzitter en directeur van CNN International zei in een interview het volgende: *“It's clear that these videos are having a big impact on different countries, on government policy, on overseas policy, and it's not for CNN to say therefore viewers shouldn't see them”* (Steinberg, 2014).

Het is duidelijk dat veel media er hun eigen mening over hebben en hun truth-telling plicht soms anders invullen. Wat de media ook beslissen, het is geen makkelijke kwestie.

## 4. Ethiek en deontologie

Met bovenstaande kennis is het vanzelfsprekend dat redacteurs en programmamakers steeds meer geconfronteerd worden met de vraag of bepaalde dramatische beelden getoond moeten worden of niet. Is het wel goed deze beelden te tonen of doe ik hier meer kwaad mee? Is het wel respectvol tegenover de slachtoffers om ze te laten zien? Of is het de plicht van de media om deze beelden te publiceren, omdat het nu eenmaal de werkelijkheid voorstelt? Het zijn stuk voor stuk ethische vragen die redacteurs en programmamakers zich **moeten** stellen. Ethiek en deontologie zijn onlosmakelijk verbonden met journalistiek. Zeker als het om dramatische beelden gaat. Dit door de mogelijke en vaak moeilijk te voorziene impact van die beelden.

### 4.1. Begripsomschrijving

Voor we verder gaan is het belangrijk ethiek en deontologie te definiëren. Het ene wordt namelijk vaak verward met het andere. Hoewel beide belangrijke domeinen zijn in de journalistiek en veel met elkaar te maken hebben, is er toch een klein maar duidelijk verschil.

#### 4.1.1. Ethiek

De dikke Van Dale omschrijft ethiek als volgt:

**“praktische wijsbegeerte die handelt over de zedelijke begrippen en gedragingen, over wat goed en kwaad is”** (Dikke Van Dale Online, 2015)

Merriam-Webster definieert ethiek als:

**“the code of good conduct for an individual or group”**

Met andere woorden, ethiek is een tak van de filosofie die zich bezig houdt met de vraag welke gedragingen en activiteiten toelaatbaar zijn en welke niet. Ethiek handelt over wat goed en kwaad is. Het verschilt hiermee van deontologie.



### 4.1.2. Deontologie

De dikke Van Dale omschrijft deontologie als:

**“filosofische plichtenleer”**

Op woorden.org definiëren ze deontologie als een:

**“stroming die uitgaat van absolute gedragsregels, die vaak gelden als normen”**

en als een:

**“geheel van gedragsregels voor mensen met een bepaald beroep”**

Deontologie is dus een plichtenleer. Voor journalisten handelt deontologie over absolute gedragsregels die je hebt als journalist in het werkveld. In de praktijk blijken ze echter niet zo absoluut te zijn, maar dit wordt later besproken. Alhoewel de twee zeer nauw verbonden zijn, is deontologie concreter dan ethiek. Deontologie is als het ware ethiek, gegoten in gedragsregels of code.

## 4.2. Journalistieke ethiek

Ethiek is een van nature subjectief veld. In zijn leerboek *'Photojournalism, the Professionals' Approach'* schrijft auteur en professor fotojournalistiek Kenneth Kobre dat fotojournalistiek “geen bijbel en paus heeft om de juiste keuzes te definiëren”. **Er is geen almachtige scheidsrechter die kan bepalen wat en wat niet ethisch is.** Zelfs als er één is, dan is de lijn niet altijd zwart en wit (Kobré, 2004).

De meeste teksten die journalistieke ethiek proberen te omschrijven focussen op de vraag wat gedefinieerd zou kunnen worden als "fotografische waarheid". Dit betreft dan eerder de vraag of een afbeelding het onderwerp nauwkeurig voorstelt of de kijker misleidt. Kan een fotograaf een nieuwsfoto in scène zetten? Mag hij het veranderen, in de donkere kamer of op een andere manier? Zijn de resultaten van deze acties waarheidsgetrouwe en veelomvattende afbeeldingen? Terwijl talloze teksten deze specifieke vragen proberen te beantwoorden, beslaat het toepassingsgebied van journalistieke ethiek met betrekking tot beelden een veel groter veld (Bersak, 2006).

De journalistieke ethiek betreffende beelden kan worden opgesplitst in vier toepassingsgebieden. Naast (digitale) fotomanipulatie zijn er ook de ethische beslissingen gemaakt door fotografen en redacties en de ethische codes betreffende dramatische foto's en beelden (Schwalbe, 2005; Keith, Schwalbe, & Silcock, 2006).

#### **4.2.1. Ethische filosofieën**

Steele (1987) onderzocht de ethische overwegingen van televisie- en fotojournalisten op basis van een studie bij twee grote televisiestations. Hij kwam daarbij tot de conclusie dat de meeste van de geïnterviewde journalisten sterke ethische waarden en geloofsovertuigingen hebben, zoals plicht, gerechtigheid, eerlijkheid en medeleven. Veel van diezelfde journalisten gaven echter toe dat ze vaak tegenstrijdig hun persoonlijke ethische overtuigingen handelen. Ze hebben vaak te maken met tegenstrijdige waarden zoals competitie, carrière willen maken, journalistieke normen (zoals het verslaan vanaf de zijlijn maar zich niet mogen mengen), groepsdruk, technologie, management- en organisatorische verwachtingen (Steele, 1987).

Om journalisten en redacteurs te helpen bij de dilemma's betreffende foto- en videojournalistiek zet Professor Paul Martin Lester in zijn boek *'Photojournalism: An Ethical Approach'* (1991) zes ethische filosofieën naast elkaar (Lester, 1991). Ook ander onderzoekers erkennen deze filosofieën, of op zijn minst enkele ervan (Kobré, 2004).

##### **4.2.1.1. Het categorische imperatief**

Het categorische imperatief is een bekende gedachte uit de moraalfilosofie van Immanuel Kant. In deze filosofie stelt Kant dat wat goed is voor één iemand, goed is voor iedereen. Je kan het zien als een non-discriminatie ethiek. In de praktijk komt het er op neer dat wanneer je een bepaalde beslissing neemt je jezelf de vraag moet stellen of je die beslissing in elke andere situatie zou toepassen. Indien het antwoord op die vraag ja is, dan is je beslissing ethisch goed. Bijvoorbeeld: als een eindredacteur overweegt om een foto te publiceren van een halfnaakte vrouw die een brandend huis ontvlucht, moet hij zich afvragen of hij het zou doen onder andere omstandigheden – als het onderwerp mannelijk of dik is bijvoorbeeld. Als hij het in de andere gevallen niet zou doen, is de beslissing om de foto met de halfnaakte vrouw te publiceren ethisch slecht.

#### **4.2.1.2. Utilitarisme**

Utilitarisme is een ethische filosofie die het positieve en negatieve van een situatie tegen elkaar probeert af te wegen en waarin het geluk van het grootste aantal mensen in de samenleving wordt beschouwd als het hoogste goed. Bijvoorbeeld: als dramatische beelden van een huisbrand de nabestaanden van de slachtoffers beledigen en schokken, maar het publiek de noodzaak van brandveiligheid doen inzien, dan is het publiceren van die beelden volgens het utilitarisme ethisch correct.

#### **4.2.1.3. Hedonisme**

Hedonisme de leer binnen de ethiek die stelt dat genot centraal staat. Het vertegenwoordigt een 'doe wat goed voelt' gedachte en kan gebruikt worden om het publiceren van puur sensationele beelden te rechtvaardigen. Zo is het publiceren van dramatische beelden puur om kranten te verkopen of kijkcijfers te scoren een voorbeeld van hedonisme.

#### **4.2.1.4. De gulden middenweg**

De gulden middenweg is de filosofie van het compromis, bedacht door Aristoteles. In de praktijk betekent het dat foto- en videojournalisten een gulden middenweg moeten vinden in plaats van een alles of niets aanpak te verkiezen. Indien er een minder schokkend of kwetsend beeld voorhanden is die het verhaal even goed vertelt, dan is dat de betere en ethisch correcte optie. Maar ook 'in het veld' kan deze filosofie worden toegepast. Als bijvoorbeeld nabestaanden na een aardbeving bij het lichaam van een familielid aan het rouwen zijn, is het volgens deze filosofie ethisch slecht om de rouwende familieleden te storen en close-up foto's te nemen. Geen foto's nemen is echter ook geen optie. Foto's nemen van op een afstand zonder indringend te zijn is de gulden middenweg en volgens deze filosofie de ethisch correcte aanpak.

#### **4.2.1.5. De sluier van onwetendheid**

Deze filosofie stelt dat om de ethisch juiste keuze te maken je iedereen als gelijkwaardig moet beschouwen, ongeacht geslacht, ras, godsdienst, etc.. In de praktijk zou de journalist zich moeten verplaatsen in het hoofd van bijvoorbeeld de gefotografeerde of gefilmde. De journalisten moeten zichzelf de vraag stellen hoe ze zich zouden voelen in de plaats van de

gefotografeerde of gefilmde. Als ze zich slecht zouden voelen in hun plaats, is het ethisch goed om te zoeken naar een ander beeld.

#### **4.2.1.6. De gouden regel**

De gouden regel is een ethische filosofie die vraagt dat je anderen behandelt zoals je door hun behandeld wil worden. 'Heb je naaste lief zoals jezelf'. In de praktijk stelt de filosofie dus simpelweg dat de journalist rekening houdt met hoe hijzelf behandeld zou willen worden. Als hij vindt dat een bepaald beeld niet zou moeten gepubliceerd worden als hijzelf het onderwerp van het beeld zou zijn, dan is het ethisch correct het beeld niet te publiceren. Volgens deze filosofie zouden journalisten dus hun best moeten doen om de geportretteerden zo menselijk mogelijk te behandelen en ze te beschermen voor eventuele schadelijke gevolgen van de beelden of foto's.

Deze filosofieën weerspiegelen de dilemma's en conflicten waar journalisten en redacties op stuiten wanneer ze verslag uitbrengen van iemands ongeluk. Een situatie is ook amper in zwart-wit termen te bekijken. Journalisten en redacties blijken dan ook vaak eerder uit een combinatie van verschillende filosofieën te handelen, dan uit één enkele filosofie (Lester, 1991). Voor sommige journalisten is de ethische besluitvorming omtrent welke dramatische beelden gepubliceerd kunnen worden echter terug te voeren tot een zeer simplistisch beleid. Men spreekt dan soms van 'The Breakfast Test' of 'The Dinner Test': wil iemand deze beelden zien aan de ontbijttafel of bij het avondeten? Een ander testje die naar boven kwam voor het kiezen of weigeren van een dramatisch beeld is de vraag 'Wat zou mijn moeder of vrouw denken van de foto/video?'.

### **4.2.2. Journalistieke ethiek vandaag**

Wat is de stand van journalistieke beeldenethiek vandaag? Er is geen duidelijk antwoord. Journalistiek is een groot en divers veld met zeer weinig consensus over ethiek. Zoals eerder aangegeven is ethiek met name een subjectief veld. Terwijl journalisten zich zeker bewust moeten zijn van de gevolgen van bepaalde non-ethische handelingen en keuzes zijn er geen tien geboden betreffende journalistieke ethiek, noch zijn er straffen voor ethische overtredingen. **Iedere nieuwsorganisatie heeft zijn eigen profiel en dus ook ethische standaarden.** Dit kan betrekking hebben op wat het zal tolereren of wat meer zal verkopen. Bijvoorbeeld, de ethische bodem bij sommige nieuwsorganisaties zal beelden inhouden die zodanig gemanipuleerd worden dat er een

rechtszaak kan van komen. Bij dergelijk nieuwsorganisaties wordt alles toegestaan zolang het gevaar op een rechtszaak er niet is. Bij andere (meer gereputeerde) nieuwsorganisaties is de kleinste manipulatie van beelden al ethisch onaanvaardbaar. Soms wordt algemene ethiek of het ethische profiel van een nieuwsorganisatie verwerkt in een concrete code met gedragsregels, waarden en normen. Men kan dan spreken van deontologie en een deontologische code.

### **4.3. Journalistieke deontologie**

In dit stuk worden de regels, richtlijnen en deontologische organisaties zoals de Raad voor Journalistiek besproken. Dit is voornamelijk gebaseerd op een onderzoek van Steunpunt Media, het Vlaamse expertisecentrum voor nieuws en media, die hier wetenschappelijk onderzoek naar deed in opdracht van de Vlaamse Overheid. Maar ook research uit andere bronnen worden hier gebruikt. We beginnen met de houding tegenover de Raad voor de Journalistiek: wat vinden ze van het orgaan? Wordt de Raad geraadpleegd? Hoe zit het met de bevoegdheden? Vervolgens wordt dieper ingegaan op de Code van de Raad voor de Journalistiek.

#### **4.3.1. De Raad voor de Journalistiek**

##### **4.3.1.1. Raadplegen van de Raad**

Volgens onderzoek van Steunpunt Media blijkt dat journalisten de Raad voor de Journalistiek weinig raadplegen voor ethische adviezen bij twijfelgevallen. Veel journalisten blijken zelfs nog nooit de Rvdj aangesproken te hebben. In de praktijk is het eerder de eind- of hoofdredactie die de deontologie zelf toetst (Steunpunt-Media, 2013).

Sommige media, zoals de nieuwsredactie van VRT, hebben een eigen deontologisch orgaan en geven ook toe dat dit gebruikt wordt in plaats van de Raad voor de Journalistiek. Op deze manier wordt de onafhankelijkheid van de nieuwsdienst gegarandeerd (Deontologie VRT, 2014).

Toch wordt ook de Raad voor de Journalistiek in bepaalde gevallen geadviseerd. Zo geeft bijvoorbeeld de VRT aan dat, indien hun eigen deontologische raad het nodig vindt, er wel wordt teruggerepen naar de Rvdj. Ook Het Laatste Nieuws geeft toe dat ze soms bij de Rvdj aankloppen, zij het enkel maar als er fouten zijn gemaakt (Steunpunt-Media, 2013).

#### 4.3.1.2. Impact van de Raad

Een veelgehoorde opmerking is dat een uitspraak van de Raad voor de Journalistiek weinig impact heeft op de terechtgewezen journalist of redactie. Steunpunt Media interviewde een journalist die aangaf dat er maar weinig aandacht aan de uitspraken van de Raad wordt geschonken op zijn redactie, tenzij het gaat om een klacht tegen een collega (Steunpunt-Media, 2013).

Andere journalisten geven aan dat de Raad wel degelijk serieus wordt genomen. Volgens hun geeft de Rvdj een nuttige leidraad om te zien wat er wel en niet door de beugel kan. Ook wordt een terechtstelling van de Raad gevreesd, omdat een veroordeling van de Raad als een smet of statement tegenover de sector wordt ervaren (Steunpunt-Media, 2013).

Toch wordt volgens Steunpunt Media de meeste druk om ethisch te werk te gaan uitgeoefend door **peer pressure** van collega's en naasten. Veel journalisten vinden een afkeuring van een collega of naaste erger dan wanneer de buitenwereld zou zeggen dat ze hun werk niet goed doen (Steunpunt-Media, 2013).

#### 4.3.1.3. Bevoegdheden van de Raad

Hoewel veel journalisten dus vrezen voor een berisping, geven velen aan dat er achteraf niets mee gebeurt. De impact van de uitspraken van de Raad blijft minimaal. Iets wat volgens veel journalisten komt door de beperkte bevoegdheden van de Raad. De Raad kan namelijk geen concrete straffen geven, zoals boetes of schorsingen, waardoor het voelt alsof er niks gebeurt (Steunpunt-Media, 2013).

Toch blijkt uit de vele interviews van Steunpunt Media met journalisten dat verschillende onder hun niet te vinden zijn voor striktere bevoegdheden voor de Raad. De voorkeur gaat dan uit naar zelfregulering. Deze journalisten vinden dat toezicht op hun werk de verantwoordelijkheid is van het mediabedrijf zelf en dat dit doorgaans ook voldoende is. Dit geldt vooral voor journalisten van de openbare omroep die een eigen deontologische code hebben opgesteld, alsook voor journalisten van VTM en lokale media. (Steunpunt-Media, 2013)

Zelfregulering en het systeem van berisping hebben kortom nog steeds de voorkeur op striktere bevoegdheden. Dat wil niet zeggen dat iedereen het eens is dat alles naar behoren verloopt (Steunpunt-Media, 2013).

Eén opmerking die journalisten in het onderzoek van Steunpunt Media maken, is dat de ethische richtlijnen **niet bindend** zijn en dat er dus niet veel meer mee kan gebeuren dan een berisping voor een journalist die in de fout is gegaan (Steunpunt-Media, 2013).

Meerdere journalisten zijn wél **voorstander van bredere bevoegdheden**. Het gaat hen vooral om het meer **moreel afdwingbaar** maken van de Code en de veroordelingen. Enkele journalisten zeggen dat ze **tegen geldboetes** zijn. Anderen kunnen zich wel vinden in effectieve sanctionering. Zo vinden verschillende journalisten dat de RvdJ **waarschuwingen** moet kunnen geven en dat ze bij herhaaldelijke overtreding de **perskaart** (tijdelijk) mag intrekken of de journalist mag **schorsen**. Een strenger toezicht zou ook kunnen zorgen dat de perskaart opgewaardeerd wordt en dat onder meer officiële instanties minder argwanend tegenover journalisten kunnen worden. (Steunpunt-Media, 2013)

Ook Kris Hoflack, algemeen hoofdredacteur van vtm, pleit voor een hervorming van de Raad voor de Journalistiek. Hij vindt dat, naast een andere samenstelling, de Raad ook afdwingbare regels moet kunnen vastleggen en echte sancties moeten kunnen geven. Nu heeft de raad volgens hem totaal geen macht, en dat schaadt de geloofwaardigheid van die instelling (Hoflack, 2013).

Maar Flip Voets, ombudsman van de Raad voor de Journalistiek, reageert op de kritiek door te zeggen dat het bij de oprichting van de Raad in 2002 afgesproken werd dat er geen sancties kunnen opgelegd worden. “En dat wil de mediasector ook niet. Ook is de impact van de publieke bekendmaking van een negatieve uitspraak via onze website en in het maandblad De Journalist niet te onderschatten. In feite komt ze neer op een vorm van **naming and shaming**” (Voets, 2013).

Alles samengevat tekenen zich dus twee lijnen af:

- Journalisten die vinden dat het systeem van zelfregulering voldoende werkt.
- Journalisten die vinden dat de RvdJ meer milde sanctioneringsbevoegdheden moet krijgen (Steunpunt-Media, 2013).

## 4.3.2. De Deontologische Code

### 4.3.2.1. De Code

In Vlaanderen beschikken de meeste redacties over hun eigen specifieke deontologische codes, maar om goede en kwaliteitsvolle journalistiek te garanderen zijn voor alle journalisten samen de regels van de journalistieke beroepsethiek neergeschreven in de Code van de Raad voor de Journalistiek (2013). Deze code werd op 20 september 2010 goedgekeurd en in 2013 nog aangepast door de raad van bestuur van de VZW Vereniging van de Raad voor Journalistiek, waarin de journalistenverenigingen, de uitgeverfederaties en de grote mediahuizen vertegenwoordigd zijn (Code van de Raad voor de Journalistiek, 2013).

De code is onder meer geïnspireerd op twee oudere teksten over journalistieke deontologie die van belang zijn: de **Verklaring der Rechten en Plichten van de Journalist** en de **Code van Journalistieke Beginselen**. Deze twee documenten zijn ondertekend door de AVBB, de Algemene Vereniging van Beroepsjournalisten in België. De documenten binden op deze manier zowat 4000 beroepsjournalisten en stagiairs die lid zijn van de AVBB samen. (Code van de Raad voor de Journalistiek, 2013) Daarnaast bestaan er nog diverse andere codes die op redacties in gebruik zijn.

Het eerste artikel van de Code voor de Raad van Journalistiek (2013) zegt dat journalisten altijd waarheidsgetrouw moeten berichten:

*1. – De journalist bericht waarheidsgetrouw. Dit vloeit voort uit het recht van het publiek om de waarheid te kennen.* (Code van de Raad voor de Journalistiek, 2013)

Journalisten dienen het publiek correct te informeren over wat er zich afspeelt in de samenleving. Het recht op informatie, op vrije meningsuiting en op kritiek is namelijk één van de fundamentele vrijheden van elk menselijk wezen. (De Verklaring der plichten en rechten van de journalist , 1971)

In de Code van de Raad voor de Journalistiek (2013) wordt ook veel aandacht besteed aan de bescherming van de privésfeer en het respect voor de menselijke waardigheid. Artikel 23 en 24 van de Code (2013) tonen dit aan. Deze twee deontologische codes weerhouden journalisten en redacties er ook van om te sensatiegericht te werken en bepaalde dramatische beelden te tonen.

*23. – De journalist respecteert het privéleven van personen en tast het niet verder aan dan noodzakelijk in het maatschappelijk belang van de berichtgeving. De journalist gaat in het bijzonder omzichtig om met mensen in een maatschappelijk kwetsbare situatie, zoals minderjarigen,*



*slachtoffers van criminaliteit, rampen en ongevallen, en hun familie* (Code van de Raad voor de Journalistiek, 2013).

24. – *De journalist respecteert de menselijke waardigheid en tast ze niet verder aan dan noodzakelijk is in het maatschappelijk belang van de berichtgeving. De journalist vermijdt overdrijving bij het vrijgeven van beelden en/of details, ook wanneer de feiten de publieke opinie sterk beroeren* (Code van de Raad voor de Journalistiek, 2013).

#### **4.3.2.2. Morele Dilemma's**

Door deze twee codes brengt de beslissing om een dramatisch beeld te tonen in het nieuws morele dilemma's en dus moeilijke keuzes voor de redacties en journalisten met zich mee. Zeker als het gaat om beelden met menselijke schade of leed. De pers en de journalistiek hebben namelijk een grote maatschappelijke verantwoordelijkheid, die voortvloeit uit artikel 1 van de Code voor de Raad van Journalistiek: ze horen het publiek correct te informeren over wat zich afspeelt in de wereld. Daarbij moeten ze dus de afweging maken tussen enerzijds het recht van het publiek om de waarheid te kennen (Artikel 1), en anderzijds het recht van een persoon op een respectvolle behandeling van zijn privésfeer en menselijke waardigheid. (Artikels 23 & 24) (Bossens, 2014).

In de 'Richtlijn over de omgang van de pers met slachtoffers' (2003) benadrukt de Raad voor de Journalistiek nog eens dat de pers steeds rekening moet houden met het recht op privacy en met de menselijke waardigheid in de omgang met slachtoffers. Het recht op informatie wordt steeds afgewogen tegen het recht op privacy. De pers moet dus terughoudend zijn bij het maken en verspreiden van beelden van slachtoffers van ongevallen, rampspoed of misdrijven (Richtlijn over de omgang van de pers met slachtoffers, 2003). Zo mogen beelden van dodelijke slachtoffers niet vrijgegeven worden (Bossens, 2014).

Toch zijn er uitzonderingen op de regel. Zo kan de bekendheid of maatschappelijke positie van slachtoffers het tonen van de dramatische beelden verantwoorden, zoals bij de dood van Pim Fortuyn. Ook de maatschappelijke relevantie van de feiten kan het tonen van dramatische beelden verantwoorden (Richtlijn over de omgang van de pers met slachtoffers, 2003). Denk hierbij aan de zeebeving in de Indische Oceaan en de daaropvolgende tsunami in 2004, waarbij meer dan 230 000 doden vielen. Door de aandacht te vestigen op catastrofe en menselijk lijden, kunnen beelden ook politieke actie mobiliseren. Dit wordt als zodanig belangrijk gezien dat wanneer een humanitaire crisis voorkomt, journalisten vaak worden aangespoord om meer beelden te produceren. Met name van wredeheden die over het hoofd worden gezien en dringende acties vragen, zoals de genocide in

Darfur of de stelselmatige verkrachting van vrouwen in Congo (Emma Hutchison, 2014). Tenslotte dienen nieuwsredacties extra goed op te letten met beelden van minderjarigen.

#### **4.3.2.3. Deontologie ≠ Recht**

Tenslotte is het belangrijk om op te merken dat de code bedoeld is als leidraad voor de praktijk, en niet samenvalt met de wetgeving en rechtspraak over de persvrijheid en de beperkingen ervan. Soms lopen recht en ethiek gelijk, maar vaak lopen hun stellingen uiteen. Daarom komt een ethische tekortkoming nog niet automatisch neer op een fout in de juridische zin van het woord. Wanneer de Raad voor de Journalistiek dus een beroepsethische tekortkoming vaststelt, houdt dit dus geen enkele erkenning in van de juridische aansprakelijkheid van de betrokkene (Rvdj).

Wat de Raad dan specifiek doet is de principes in de code toepassen op concrete gevallen uit de praktijk. Het gaat hierbij om de inachtneming van de beroepsethische minimumregels. Verder worden de 27 artikelen en aanvullende richtlijnen die de code bevat gebruikt om vragen en klachten te beantwoorden die bij de raad worden ingediend (Rvdj).

## 5. Vlaamse nieuwsredacties

In dit hoofdstuk worden de traditionele media in het Vlaamse medialandschap bondig besproken. Hoe zien de kranten en televisiejournaals er inhoudelijk uit? Wat zijn de verschillen onder elkaar? Hoeveel gebruik maken ze van dramatische beelden? Het zijn allemaal vragen waar dit hoofdstuk een antwoord op probeert te geven.

### 5.1. Kranten

In het Vlaamse krantenlandschap zijn een tiental grote krantentitels terug te vinden. Indien we de kranten naargelang het lezerspubliek en de geschreven literatuur willen opdelen, onderscheiden we ruwweg drie types; regionale kranten, zoals Het Belang van Limburg en de Gazet van Antwerpen, kwaliteitskranten en populaire kranten. Om het onderzoeksgebied enigszins te beperken focust deze thesis zich op het onderscheid tussen de grootste Vlaamse kwalitatieve en populaire kranten. Dit onderscheid is voornamelijk gebaseerd op een studie van Manssens en Walgrave (1998), die op basis van literatuurstudie en een eigen empirisch onderzoek nagingen of er in Vlaanderen zoets is als populaire- en kwaliteitskranten.

#### 5.1.1. Kwaliteits- vs. populaire kranten

Wanneer men de uitgebrachte literatuur over media en kranten bekijkt, ziet men dat de opdeling tussen kwaliteits- en populaire kranten vaak onder de aandacht wordt gebracht. Toch gaat het hierbij “om niet altijd even makkelijk te definiëren begrippen” en zijn er vaak meningsverschillen over welke krant onder welke categorie valt (Jansen, 1987). Ook zou er “*over kwaliteit veel gesproken worden, maar er is geen duidelijke maatstaf waaraan die kwaliteit gemeten zou kunnen worden*” (Evers, 1996) De term ‘kwaliteitspers’ is dan ook controversieel. Sommigen nemen de simpele maatstaf in de mond dat kwantiteit gelijk is aan kwaliteit. Dat bepaalde pulpbladen door deze maatstaf tot kwaliteitskranten worden gepromoveerd geeft volgens Manssens en Walgrave (1998) echter stof tot nadenken.

#### 5.1.1.1. Kwaliteitskranten

Ondanks de onduidelijkheid rond het begrip 'kwaliteitskrant', wordt in deze thesis toch gebruik gemaakt van de term. Ook dit is gebaseerd op het onderzoek van Manssens en Walgrave (1998), die onderstrepen dat de term zowel in het journalistieke milieu als in de wijd verspreide literatuur vaak gebruikt wordt (Manssens & Walgrave, 1998).

Gesteund door verschillende auteurs stellen Manssens en Walgrave dat *De Tijd*, *De Standaard* en *De Morgen* de Vlaamse kwaliteitskranten zijn. Hoewel alle auteurs het er over eens zijn dat *De Tijd* en *De Standaard* kwaliteitskranten zijn, is niet iedereen even duidelijk over *De Morgen*. Zo argumenteert een auteur dat *De Morgen* zich zeker heeft bewezen omdat ze haar best doet zo volledig mogelijk te zijn. Anderzijds worden er vragen gesteld bij de evolutie van de krant om steeds meer ruimte te maken voor human-interest, iets wat wordt gezien als een kenmerk van populaire kranten (Manssens & Walgrave, 1998).

Uit hun literatuurstudie konden Manssens en Walgrave afleiden dat de meeste auteurs volgende kenmerken aan de Vlaamse kwaliteitskranten toedichten: ze hebben veel aandacht voor het politieke en economische leven en richten zich daarbij op instituties en organisaties. Ze hechten ook belang aan internationale nieuwsfeiten en hebben oog voor de lange termijn. De inspanning die de lezer moet leveren om alles te begrijpen wordt ook beschouwd als een criterium; "*nieuws over politiek, sociale problemen, gezondheidszorg, economie, wetenschap en onderwijs. Kortom: nieuws over moeilijke, complexe zaken*". Ook een sobere opmaak en titels en weinig foto's worden beschouwd als criteria van kwaliteitskranten (Manssens & Walgrave, 1998).

#### 5.1.1.2. Populaire kranten

Aan de andere kant staat de term 'populaire krant'. Hierbij is het belangrijk het onderscheid te onderstrepen tussen de betekenis van de term 'populaire krant' in de internationale pers en de betekenis ervan in Vlaanderen. Wanneer in de internationale literatuur gesproken wordt over populaire pers denkt men onmiddellijk aan grote opvallende titels, halfnaakte vrouwen en vette verhalen over beroemdheden. Klassieke voorbeelden zijn het Engelse *The Sun* en het Duitse *Bild-Zeitung* (Manssens & Walgrave, 1998). In Vlaanderen zijn dergelijke kranten niet gekend.

Manssens en Walgrave (1998) leggen het verschil tussen onze populaire pers en de buitenlandse duidelijk uit in hun onderzoek. Vlaamse populaire kranten zijn minder agressief en seksueel getint, hebben meer aandacht voor zowel binnenlandse als buitenlandse politiek (aandacht die trouwens verder gaat dan een politiek figuur) en prediken geen openlijk ethnocentrisme. Kortom, in vergelijking met de buitenlandse tabloids zijn de Vlaamse populaire kranten braaf. Toch leggen Manssens en Walgrave ook duidelijke gelijkenissen bloot; beiden besteden veel aandacht aan sport, focussen voornamelijk op human-interest verhalen, zetten het individu vaak centraal in hun stukken en brengen vaak lokaal en direct nieuws. Met andere woorden gebruiken ze het persoonlijke verhaal als uitgangspunt om complexe items begrijpelijk te maken (Manssens & Walgrave, 1998).

Zo zal een populaire krant een overstroming bijvoorbeeld eerder brengen als een persoonlijke tragedie van mijnheer X uit gehucht Y en gebruik maken van aangrijpende foto's en anekdotes. Kwaliteitskranten zouden het verhaal eerder brengen met nuchtere analyses die aantonen dat een verkeerde rioolaanleg en dergelijke mee bijdroeg aan de ramp.

Vlaamse kranten die worden gezien als populair en dus zoveel mogelijk lezers willen aantrekken zijn *Het Laatste Nieuws/ De Nieuwe Gazet, Het Nieuwsblad/ De Gentenaar, de Gazet van Antwerpen en Het Belang van Limburg*. De twee laatstgenoemde worden hier echter buiten beschouwing gelaten omdat het regionale kranten zijn. Al deze kranten besteden een aanzienlijk gedeelte aan sport gepaard met human interest. Ook berichten ze vanuit een persoonlijk perspectief, creëren ze een wereld van bekende Vlamingen en sporthelden en besteden ze een beperkte hoeveelheid van hun aandacht in buitenlands nieuws (Manssens & Walgrave, 1998).

Tenslotte bevestigen Manssens en Walgrave (1998) dat hoe sterker de competitie, hoe groter de neiging is om pretnieuws en dus sensationeel gericht nieuws te publiceren, met als gevolg dus alle ethische discussiepunten in verband met afstomping en verval van het nieuws.

### **5.1.2. Dramatische beelden**

Over het gebruik van dramatische beelden in Vlaamse kranten is er weinig tot geen onderzoek gevoerd. Wel doet Steunpunt Media in opdracht van de Vlaamse overheid onderzoek naar de inhoud van het nieuws in Vlaanderen, zowel in kranten als op televisie. Aan de hand van enkele van deze inhoudsanalyses kan men toch een zicht vormen op het gebruik van dramatische beelden in Vlaamse kranten en is er ook een duidelijk onderscheid te vormen tussen de verschillende groepen (populaire- en kwaliteitskranten).

Tussen 2010 en 2012 voerde Steunpunt Media een kwantitatieve analyse van de slachtofferberichtgeving in de Vlaamse kranten en tv-journaals (2013). Daarbij werd enkel gekeken naar binnenlandse verslaggeving. Uit de studie blijkt dat in de Vlaamse kranten ongeveer één nieuwsitem op drie (29%) beelden bevat van materiële of menselijke schade. De Morgen en De Standaard tonen het minste beelden van schade, met respectievelijk 3% en 6% van de nieuwsitems die beelden met schade tonen. Het Laatste Nieuws, Het Nieuwsblad, het Belang van Limburg en De Gazet van Antwerpen tonen een stuk vaker dergelijke beelden. In gemiddeld één nieuwsitem op vijf (19%) werden bij deze kranten beelden van schade gevonden (De Cock, De Smedt, Reul, & Vacke, 2013).

Steunpunt media analyseerde tussen 2003 en 2014 ook het tijdsaandeel van de belangrijkste thema's in Vlaamse kranten. Hieruit blijkt dat in de periode 2003-2014 gemiddeld 12.5% van het krantennieuws in Vlaanderen over criminaliteit ging. Op vlak van de hoeveelheid criminaliteitsberichtgeving is ook hier een duidelijk onderscheid te maken tussen de verschillende soorten kranten. De Standaard (9.5%) en De Morgen (13%) brachten gemiddeld het minst criminaliteitsnieuws van alle Vlaamse kranten. Het Laatste Nieuws (17.5%), Het Nieuwsblad (17.5%) en Het Belang van Limburg (16%) brachten het meest criminaliteitsnieuws. Opvallend is dat de Gazet van Antwerpen met 12% minder criminaliteitsnieuws bracht dan De Morgen, terwijl dit wordt gezien als een populaire krant. Het antwoord kan liggen in het feit dat het een regionale krant is en ze een grotere focus leggen op andere thema's, waaronder cultuur. Opvallend is ook dat 2014, het meest recente jaar in het onderzoek, wordt gekenmerkt door het laagste niveau van criminaliteitsnieuws in 12 jaar (Aanwezigheid belangrijkste thema's, 2015).

## **5.2. Televisie**

Voor de meerderheid van de bevolking is de belangrijkste bron van informatie over wat zich afspeelt in de wereld nog altijd het televisienieuws (Sinardet, De Swert, & Dandoy, 2004; De Smedt, Hooghe, & Walgrave, 2011). Het gaat daarbij over alle thema's, zowel politiek als economie, cultuur, rampen, oorlog, etc.. De kijker vertrouwt er ook op dat de media hun maatschappelijke rol opnemen door zo waarheidsgetrouw en volledig mogelijk te berichten (De Smedt, Hooghe, & Walgrave, 2011).

In Vlaanderen hebben we twee grote spelers wat betreft het televisienieuws: die van de openbare omroep VRT en van de commerciële zender VTM. In deze thesis gaan we ook dieper in op het

televisiejournaal van beide zenders. Voor de VRT is dit *Het Journaal* op één. Voor de VTM is dit *VTM Nieuws* op VTM.

### **5.2.1. Openbare omroep vs. commerciële zender**

Origineel draaide het bij een openbare omroep rond een publieke dienstverlening. De belangrijkste waarden waren universaliteit, diversiteit, onpartijdigheid en evenwichtigheid. Een van de belangrijkste kenmerken van openbare omroepen was ook het niet-commerciële karakter. De doelstelling was dus niet zoveel mogelijk winst te maken maar was eerder van een politieke en culturele aard (Vandenhende, 2010). Deze waarden zijn vandaag nog altijd belangrijk voor de Vlaamse openbare omroep VRT, maar er is veel veranderd.

Tot de jaren '80 hadden de meeste nationale omroepen een monopolie in het televisielandschap. Ook in Vlaanderen was dit het geval en was er enkel sprake van de VRT, toen nog de BRTN. Hier kwam echter een einde aan na een liberaliseringsgolf en er ontstonden ook commerciële omroepen. In Vlaanderen was dit *VTM*. Als commerciële oproep is *VTM* volledig afhankelijk van reclamegelden en mikt ze dus op een zo breed mogelijk publiek (Vandenhende, 2010). We weten al dat als nieuwsmedia een groter publiek wil aantrekken, ze vaak sensationeler nieuws zullen brengen.

Door de opkomst van de commerciële omroep *VTM* kreeg het kijkcijfergehalte van de VRT zware klappen te verduren en de openbare omroep werd dan ook grondig vervormd. Dit gebeurde door een terugtrekking van de politiek en het invoeren van een zekere bedrijfslogica (Sinardet, De Swert, & Dandoy, 2004). Belangrijk hierbij is dat de VRT voor de eerste keer kijkcijfercriteria werden opgelegd om de staatsfinanciering te kunnen legitimeren (Sinardet, De Swert, & Dandoy, 2004; Vandenhende, 2010). Hierdoor werd de openbare omroep gedwongen om oude principes van dienstverlening te combineren met marktprincipes (De Bens & Paulussen, 2005).

Door deze hedendaagse marktgerichte invulling van de Vlaamse openbare omroep zou het verschil tussen de twee Vlaamse omroepen afnemen. Beide omroepen mikken nu namelijk op hoge kijkcijfers (Sinardet, De Swert, & Dandoy, 2004). De legitimiteit van de VRT wordt hierdoor vaak in vraag gesteld. Vooral door *VTM* zelf, die vindt dat er door de commerciële logica en nieuwe reclameinkomsten van de VRT sprake is van oneerlijke concurrentie (De Bens & Paulussen, 2005).

Wat de belangrijkste Vlaamse nieuwsuitzendingen betreft is er nog maar weinig vergelijkend onderzoek gevoerd. Toch toont het weinige onderzoek dat al is gevoerd aan dat ook de kloof tussen

Het Journaal en VTM-Nieuws qua kijkcijfers en inhoud kleiner wordt. Er wordt wel benadrukt dat er nog altijd verschillen zijn. (Sinardet, De Swert, & Dandoy, 2004; De Bens & Paulussen, 2005).

#### **5.2.1.1. Het Journaal vs. VTM-Nieuws**

Het televisiejournaal kan je beschouwen als het vlaggenschip van de grote zenders. Het is ook de plaats bij uitstek waar het verschil in visie en werkwijze van de zenders duidelijk naar boven komt. Indien men de journaals van VRT en VTM met elkaar vergelijkt, kan dit leiden tot de vaststelling dat beide zenders een andere invulling geven aan het televisienieuws. Zeker als het gaat over de keuze van de nieuwsthema's. Elk maken ze nationaal nieuws, maar vanuit een ander perspectief, namelijk publiek of commercieel (Sinardet, De Swert, & Dandoy, 2004).

Vergelijkend onderzoek naar de Belgische nieuwsuitzendingen is – zoals eerder aangegeven - redelijk zeldzaam. Wel voerden Sinardet en collega's (2004) tussen 1993 en 2000 een studie waarin alle Belgische TV-journaals werden vergeleken. Ze kwamen hierbij tot de conclusie dat de journaals van de VRT en VTM in die periode veel dichter naar elkaar toe zijn geëvolueerd. In 1993 waren bijvoorbeeld de nieuwsitems van de VRT een stuk langer dan die van VTM. VTM had ook een groter aantal verschillende items. Op het einde van de onderzoeksperiode zijn de verschillen tussen de twee nieuwsuitzendingen sterk verminderd. Vormelijk zijn VTM-Nieuws en Het Journaal dus naar elkaar gegroeid (Sinardet, De Swert, & Dandoy, 2004).

Op thematisch vlak blijken de journaals van VTM en VRT dezelfde evolutie te hebben ondergaan. In het onderzoek maken Sinardet en collega's (2004) gebruik van de termen zacht en hard nieuws. Zachts nieuws is meer sensationeel en 'leuk' nieuws, zoals entertainment, sport, faits divers, verkeersongevallen, rampen en criminaliteit. Hard nieuws zijn de meer ernstige thema's, zoals politiek, economie en internationale kwesties (Sinardet, De Swert, & Dandoy, 2004).

In 1993 was de commerciële oproep duidelijk te onderscheiden van de openbare. VTM bracht namelijk veel meer zacht nieuws dan de VRT. VTM bracht ook het minst hard nieuws. Op het einde van de onderzoeksperiode waren ook die verschillen grotendeels afgevlakt en leunde de VRT veel dichter aan bij VTM. Er blijft echter een klein verschil bij bepaalde thema's. Zo brengt de VRT net iets minder criminaliteit en verkeersongevallen (Sinardet, De Swert, & Dandoy, 2004).

Een recentere studie van onderzoekers van de Universiteit Antwerpen en de K.U.Leuven (2011) analyseerde tussen 2003 en 2010 alle journaals van 19u op Eén en VTM. Daaruit blijkt dat de



Journalen van beide zenders in die tijd dicht bij elkaar bleven aanleunen en meestal relatief dezelfde evoluties toonden. Ook deze studie benadrukt echter de nog altijd aanwezige verschillen. Zo daalde het criminaliteitsnieuws van beide nieuwsuitzendingen, maar blijft criminaliteit het belangrijkste nieuwsthema. Beide zenders reageren op dezelfde criminele gebeurtenissen maar nemen andere redactionele keuzes met meer criminaliteit in VTM-Nieuws dan in Het Journaal. Ook zijn er de laatste jaren meer cultuuritems te zien in de journalen, waarbij VTM-Nieuws meer populaire onderwerpen belicht dan Het Journaal. De aandacht voor puur buitenlands nieuws daalde op beide zenders. Toch zou VRT nog altijd meer buitenlands nieuws tonen dan VTM. Ook zou VTM zijn buitenlands nieuws zoveel mogelijk proberen te linken met België (De Smedt, Hooghe, & Walgrave, Nieuwsmonitor 4: Vlaamse televisiejournalen: het buitenland verdwijnt van de radar, 2011).

### **5.2.2. Dramatische beelden**

Opnieuw is het belangrijk op te merken dat er geen cijfers zijn van het gebruik van dramatische beelden in de Vlaamse televisienieuwsprogramma's. Er is hier nog geen rechtstreeks onderzoek naar gevoerd. Ook hier kunnen we ons enkel baseren op recente inhoudsanalyses gevoerd door Steunpunt Media.

Tussen 2010 en 2012 voerde Steunpunt Media een kwantitatieve analyse van de slachtofferberichtgeving in de Vlaamse kranten en tv-journalen (2013). Daarbij werd enkel gekeken naar binnenlandse verslaggeving. Daaruit bleek dat televisiemedia veel vaker beelden van schade tonen. In meer dan de helft van de nieuwstems (51%) worden beelden van menselijke of materiële schade getoond. In het VTM-nieuws zijn het meeste beelden van schade aanwezig met 54% van de onderzochte nieuwstems die dergelijke beelden bevatten. In Het Journaal is dit 49% (De Cock, De Smedt, Reul, & Vacke, 2013).

Onderzoekers van de Universiteit Antwerpen en de K.U.Leuven analyseerden tussen 2003 en 2010 alle journalen van 19u op Eén en VTM. Ook dit onderzoek werd gepubliceerd door Steunpunt Media. Daaruit blijkt dat criminaliteit het belangrijkste thema is in de Vlaamse nieuwsuitzendingen. Moorden, overvallen, ontvoeringen en pedofilie nemen maar liefst 18% van de gespendeerde tijd in. Van de twee omroepen bericht VTM systematisch meer over criminaliteit dan de VRT. Het verschil tussen de twee blijft doorheen de onderzoeksperiode ongeveer even groot, namelijk 5%. Andere thema's waar dramatische beelden gebruikt kunnen worden zijn oorlog en vrede (8.9%) en rampen (8.1%) (De Smedt, Hooghe, & Walgrave, Nieuwsmonitor 4: Vlaamse televisiejournalen: het buitenland verdwijnt van de radar, 2011).

## 6. Overwegingen Vlaamse redacties

In dit hoofdstuk worden de overwegingen besproken van de Vlaamse redacties om bepaalde dramatische beelden wel of niet te publiceren. Het onderzoeksgebied werd in deze thesis beperkt tot de televisiezenders VRT en VTM en de kranten De Morgen en Het Nieuwsblad.

Dit hoofdstuk is voornamelijk gebaseerd op eigen kwalitatief onderzoek. Hiervoor werden de hoofdredacteurs van desbetreffende nieuwsmedia geïnterviewd: Björn Soenens (VRT), Kris Hoflack (VTM), Liesbeth Van Impe (Het Nieuwsblad) en An Goovaerts (De Morgen).

### **Enkele bemerkingen:**

Ten eerste kunnen de hoofdredacteurs in interviews altijd antwoorden geven waar hun nieuwsmedium, redactie of zichzelf beter uitkomen. Kwantitatief onderzoek naar het gebruik van dramatische beelden in de Vlaamse nieuwsmedia is nog steeds niet gevoerd.

Ten tweede hangt het beleid van een nieuwsredactie deels af van de geïnterviewde hoofdredacteur en van tijd tot tijd wordt een hoofdredacteur wel eens vervangen. Bovendien volgen hoofdredacteurs doorgaans het karakter van hun krant of zender, maar toch kunnen ze een persoonlijke invloed uitoefenen op het beleid. Als er bijvoorbeeld discussie is rond de publiceerbaarheid van bepaalde beelden binnen de redactie zelf, heeft de hoofdredacteur het laatste woord. Hoewel het dus geen garantie is dat een volledige redactie honderd procent achter zijn hoofdredacteur staat, wordt de nieuwsredactie in dit onderzoek wel door deze ene persoon vertegenwoordigd.

Bovendien heeft – zoals eerder aangegeven - iedere redactie en journalist vaak zijn eigen invulling van verschillende waarden en normen (zie 5.2. Journalistieke ethiek). Het is geen exacte wetenschap. Zo kan de ene redactie bepaald nieuws relevant vinden terwijl de ander dat niet vindt.

Dit is allemaal herhaling. Omdat het echter belangrijk is voor dit hoofdstuk en een invloed heeft op welke beelden gepubliceerd worden, wordt om te beginnen het profiel van de besproken Vlaamse nieuwsmedia nogmaals kort geschetst. Ook deontologie wordt kort nog eens herhaald. Pas daarna worden de andere overwegingen wat betreft het tonen van dramatische beelden besproken. Deze zijn gebaseerd op de interviews met de hoofdredacteurs.

## 6.1. Profiel van het nieuwsmedium

Wanneer nieuwsredacties overwegen bepaalde dramatische beelden wel of niet te publiceren, is dit om te beginnen een **inschatting die ze met hun eigen DNA, van hun eigen nieuwsmedium maken**.

De VRT heeft een ander DNA dan VTM. Ook heeft elke krant zijn eigen specifieke profiel. Wat weten we hier al over uit voorgaand onderzoek?

- Het Journaal en VTM-Nieuws liggen vandaag redelijk dicht bij elkaar qua profiel. VTM brengt echter systematisch nog altijd meer 'zacht nieuws', zoals criminaliteit, rampen, fait-divers en verkeersongevallen. VRT bericht meer 'hard nieuws', zoals politiek en internationale kwesties. Bij beide nieuwsuitzendingen is criminaliteit het belangrijkste thema, alhoewel VTM hier nog altijd meer over bericht dan VRT. Het verschil 'openbare omroep-commerciële zender' is dus nog altijd merkbaar.
- Tussen De Morgen en het Nieuwsblad is het verschil groter. Het Nieuwsblad wordt gezien als een populaire krant. Ze brengt dus meer criminaliteit, sport, fait-divers en andere 'leuke' of sensationele thema's. Ook maakt Het Nieuwsblad veel meer gebruik van opvallende, grotere beelden dan De Morgen. De Morgen, die gezien wordt als een kwaliteitskrant, brengt veel minder fait-divers en verkeersongevallen dan Het Nieuwsblad, tenzij ze een grote impact hebben.

Aan de hand van het DNA van het nieuwsmedium wordt over bepaalde zaken wel of niet bericht, of op een andere manier over bericht. Dit onderzoek focust zich echter alleen op nieuwsberichten (en bijhorende dramatische beelden) die belangrijk genoeg zijn dat ze door alle vier de nieuwsmedia worden besproken.

## 6.2. Deontologische codes en redactiestatuten

Voor alle Belgische journalisten en nieuwsredacties samen is er een deontologische code opgesteld door de Raad voor de Journalistiek (zie 5.3. Journalistieke deontologie). Alle redacties beweren hier belang aan te hechten en zich te houden aan deze code. We weten echter al dat **de bevoegdheden en de impact van De Raad beperkt** zijn. Zoals aangegeven kan de Raad namelijk geen concrete straffen geven, zoals boetes of schorsingen. Deze beperkte macht van de Raad zorgt ervoor dat journalisten en nieuwsredacties af en toe hun boekje te buiten gaan met het gebruik van

dramatische beelden. Enkele redacties hebben ook hun eigen redactiestatuut. Hiermee willen ze hun onafhankelijkheid garanderen. De VRT is hier een voorbeeld van.

### 6.3. Belangrijkste waarden

Bij de vraag wat de belangrijkste waarden zijn wat betreft het tonen van dramatische beelden, blijken de verschillende redacties vaak andere waarden voorop te stellen.

#### 6.3.1. VTM vs. VRT

Voor de nieuwsredactie van de **VRT**, met Björn Soenens als hoofdredacteur, is de **waardigheid van het individu** één van de belangrijkste overwegingen om dramatische beelden wel of niet te publiceren. “Altijd denken, stel dat dit mijn broer, zus, vader of moeder was”. Ook de **nieuwswaarde** houdt een belangrijke plaats in. “Is het nodig dat we dit tonen om een situatie in de wereld uitgelegd te krijgen?”. Ten derde haalt Soenens de **verifieerbaarheid** van de beelden aan als belangrijke factor.

Bij **VTM**, met Kris Hoflack als algemeen hoofdredacteur, stellen ze de **relevantie** voorop. “Het is heel duidelijk; er gebeurt iets in de wereld en, hoe erg het ook is, als journalist of als nieuwsdienst moet je daar verslag over uitbrengen”. Hij benadrukt dat het niet nodig is altijd de gruwelijkste beelden te tonen. “we zorgen dat er een soort kader is en dat we de meest schokkende beelden niet aan de mensen tonen”.

Een voorbeeld die deze verschillende uitgangspunten mooi illustreert en die beide hoofdredacteurs ook aanhalen is de onthoofdingvideo van James Foley in augustus 2014.

Alhoewel de VRT de video aanvankelijk wel online zette, haalden ze deze er snel terug af en verklaarden ze op hun site dat ze de video over de onthoofding niet meer gingen verspreiden of laten zien. Ze maken zich sterk met het argument dat de video gemaakt en verspreid is door de IS die hiermee nieuwe rekruten wil werven en angst wil zaaien. “Wat IS doet wordt in scène gezet specifiek om te tonen aan de wereld wat voor beulen het zijn. Ze zijn trots op hoe ze die executies in beeld kunnen brengen en maken het met de bedoeling uit te zenden. Ze weten dat het Westen geschokt zal reageren”, zegt Soenens. Deze beslissing van de VRT weerspiegelt de vooropgestelde waarden van hun nieuwsredactie. James Foley werd op zijn knieën gedwongen om een door de IS gemaakte boodschap voor te lezen net voor zijn onthoofding. Het is zeker geen menswaardig einde. Ook de

verifieerbaarheid van de video is, zoals de VRT aangeeft op hun site, twijfelachtig. “Als het gaat om gruwel in de wereld, die je zelf vaststelt, gruwel die vaak verstopt wordt door machthebbers en oorlogvoerende partijen, daar moeten we achteraan, dat is journalistiek werk. Uitzenden van organisaties die op terreur zijn gericht, met als doel propaganda te maken, te rekruteren en angst aan te jagen door onze schermen heen, dat is crazy as hell”, benadrukt Björn Soenens. Nieuws waarde had de video voor de VRT wel, er werd dan ook uitgebreid over bericht. De VRT besliste echter dat de video niet relevant genoeg was om de ernst van de situatie duidelijk te maken. Ze vinden dus dat de kijker de ernst van de situatie volledig kan begrijpen zonder de video te zien. Toch was hier op de nieuwsredactie, zoals in de media wereldwijd, geen eensgezindheid. Het ene kamp van VRT-journalisten vond de video relevant genoeg om te publiceren, het andere kamp niet. Dit toont nogmaals het subjectieve karakter van waarden en normen aan. Iedereen vult ze in op hun eigen manier.

VTM besliste de video wel te publiceren, zij het natuurlijk niet helemaal. James Foley werd op zijn knieën in het oranje pakje getoond. Ook werden delen van de boodschap getoond, zowel van Foley als van de beul. De onthoofding of het onthoofde lichaam kreeg de kijker niet te zien. VTM stelde hier als argument hun belangrijkste waarde voorop: relevantie. “Je moet aan je kijkers en eigenlijk aan alle mensen tonen tot welke excessen en tot welke gruweldaden zulke mensen in staat zijn. Het is dus relevant om ze te tonen”. Hoflack nuanceert echter dat het niet de bedoeling is alle gruwelijkste beelden te tonen. “Het is het geval van zeer gruwelijke beelden enorm belangrijk het nieuwsanker een context te laten schetsen en even duiding te geven waarom je dat beeld toont en waarom je de gruwelijkste scènes er uit knipt. Je moet dat even uitleggen aan de kijker, dat hij dat niet zomaar koud op zijn maag krijgt en het binnen een bepaalde context ziet”.

### 6.3.2. Het Nieuwsblad vs. De Morgen

Bij **De Morgen**, met An Goovaerts en Lisbeth Imbo als hoofdredacteuren, hebben ze drie criteria waaraan beelden altijd moeten voldoen. Ten eerste moeten ze **nieuws waarde** hebben, ten tweede **relevantie**. Indien de beelden aan beide voorwaarden voldoen, wordt gekeken in welke mate ze toch niet te schokkend zijn. “Bij de onthoofdingvideo hebben we het beeld van Foley getoond op het moment dat de beul erachter staat. Daar hebben we dan een soort gordijn over geplaatst. Stel dat er beelden zouden bestaan van Foley op het ogenblik dat zijn hoofd eraf was, dan zouden wij dat niet tonen. Je moet altijd nadenken en als krant jezelf de vraag stellen ‘hoe schokkend wil je gaan bij het tonen van bepaalde beelden?’”. Ook hier wordt dus van binnen de redactie overwogen hoeveel

getoond moet worden om het verhaal te vertellen. Ten derde zou de krant altijd stil staan bij het **privacyaspect** van een beeld en de **waardigheid** van het slachtoffer. “in welke mate schend je de privacy van bepaalde personen door het brengen van een beeld?”. Alle redacties moeten echter stilstaan bij het privacy-aspect van beelden, de wet is hier namelijk streng in.

Bij **Het Nieuwsblad** liggen de belangrijkste overwegingen dan weer helemaal anders. Deze krant, met Liesbeth Van Impe en Pascal Weiss als hoofdredacteurs, houdt eerst en vooral rekening met **de lezers**. “Een krant is iets wat ’s morgens in de bus op de mat valt, wat bij gezinnen op tafel ligt bij het ontbijt. Dan ga je er natuurlijk voor zorgen dat er geen te confronterende beelden in zitten”, zegt Van Impe. Ten tweede houden ook zij altijd de waardigheid van en het respect voor **de slachtoffers** in oog. “in principe ga je geen dode mensen of lichaamsdelen herkenbaar in beeld brengen. Zelfs al zijn het mensen uit verre landen, die je niet kent en die nooit gaan komen klagen”. Liesbeth Van Impe benadrukt echter dat elke situatie en elk beeld anders is. “Het is geen exacte wetenschap. Je gaat kijken wat het beeldaanbod is en wat kan en wat niet. Je gaat het voor een stuk heel intuïtief gaan afwegen”.

Deze instelling van Het Nieuwsblad naar de kijkers toe is het grootste verschil met De Morgen. “Bij ons is het is niet zozeer de instelling van hoe onze lezer daar op zal reageren, maar eerder de instelling van wat wij vinden als krant hoe dat te brengen aan onze lezer”, zegt An Goovaerts van De Morgen.

## 6.4. Nabijheid

Ook de nabijheid van de beelden heeft een grote impact op hoe ermee wordt omgegaan. Dit geldt voor alle redacties. “Je voelt, intuïtief bij iedereen, dat de anonimiteit toeneemt naarmate de afstand toeneemt. Je zal inderdaad makkelijk zien dat foto’s iets explicieter worden naarmate het verder van huis is, dat is overal zo”, zegt Liesbeth Van Impe. “We zijn veel meer gewoon aan gruwelijke beelden uit bijvoorbeeld oorlogsgebieden, dan bij weekendongevallen hier in Vlaanderen. Je weet, hier zit familie, hier zitten vrienden te kijken... dat is nog een stuk confronterender”. Ook voor de andere redacties is de belangrijkste overweging hier het respect voor de slachtoffers en nabestaanden. “als iets gruwelijks in België zou gebeuren, bijvoorbeeld een onthoofding, dan zouden we toch veel omzichtiger met het beeld omgaan. Het moet namelijk zeer gruwelijk en akelig zijn voor de nabestaanden als ze dat te zien krijgen op televisie”, zegt Kris Hoflack van VTM. Ook De Morgen neemt dit standpunt in.

Bij de **VRT** proberen ze evenwaardig om te gaan met dramatische beelden, of ze nu van veraf komen of van hier in België. “Het is niet omdat we beelden hebben van iemand die in Oekraïne omkomt dat we ze onmiddellijk zouden publiceren en dat we dat met Vlamingen niet zouden doen. Je moet proberen dezelfde normen voor alle mensen te laten gelden”. In de praktijk blijkt deze visie echter niet op te gaan. Regelmatig worden dramatische beelden met doden en afkomstig uit het buitenland getoond in Het Journaal. Zo werden bijvoorbeeld in Het Journaal van 27 mei 2014 gruwelijke beelden getoond van de slachtoffers na zware gevechten in Donetsk. In sommige van de beelden waren de lijken herkenbaar te zien. In een ander was een lijk onherkenbaar te zien, maar dat kwam enkel door de gruwelijke verwondingen aan zijn hoofd. **Met dramatische beelden wordt nu eenmaal veel omzichtiger omgesprongen als ze van dichterbij komen.** De publieke verontwaardiging en woede die zou volgen op het tonen van dergelijke binnenlandse dramatische beelden zou zo heftig zijn dat het in feite bijna onmogelijk wordt.

Niet alleen de waardigheid van en het respect voor het slachtoffer en de nabestaanden spelen hier een rol. **Ook de privacybescherming van slachtoffers is een enorm belangrijke overweging.** Zeker als het gaat om beelden van minderjarigen en slachtoffers van seksueel misbruik. In de Code van de Raad voor de journalistiek staat een richtlijn die expliciet ingaat op hun privacybescherming. Maar ook wettelijk wordt hier streng op toegezien (De Smedt, et al., 2013). “Je mag geen herkenbare beelden van minderjarigen tonen, dat is het recht op afbeelding en daar is de wet heel streng in. Als er een minderjarige in een reportage voorkomt, dan zorgen wij altijd dat die afgecashed of geblurd zijn”, aldus Kris Hoflack.

## 6.5. Amateurbeelden

De vier hoofdredacteurs beamen dat het aanbod van dramatische beelden enorm is gestegen. De redacties worden er vandaag door overspoeld. Dit hangt sterk samen met de evolutie van internet, smartphones en sociale media.

Vaak gaan de journalisten ook zelf de sociale media afschuimen. Steeds meer mensen plaatsen hun foto's of video's op Facebook, Twitter of Instagram. Van bijna iedere nieuwswaardige gebeurtenis zijn nu foto's of video's te vinden van ooggetuigen. “In bepaalde gevallen zijn de sociale media een belangrijke bron van informatie”, zegt Hoflack.

Over het gebruik van dit soort amateurbeelden zijn alle redacties het eens: ze worden aan de specifieke selectiecriteria van de redactie onderworpen, en worden hiermee dus **niet anders**

**behandeld dan professionele beelden.** “natuurlijk moet je daar kritisch en zorgvuldig mee omgaan, maar dat geldt voor elke vorm van informatie die je binnenkrijgt. Wat dat betreft, denk ik dat het niet bijzonder verstandig is om dat op een andere manier te behandelen”, maakt Hoflack duidelijk. Ook Liesbeth Van Impe van Het Nieuwsblad deelt deze mening. “één keer je beelden van sociale media voor je eigen medium gaat gebruiken, zowel online als digitaal of in print, ga je je eigen selectiecriteria toepassen. In wezen verschilt dat niet met hoe het altijd gegaan is. We hebben altijd uit dat aanbod, dat nu groter en sneller geworden is en waar weinig remmen op zitten, een selectie gemaakt op basis van journalistieke en fatsoenlijke criteria”.

## 6.6. Gezond verstand

Er is één iets dat alle hoofdredacteurs meermaals onderstrepen in hun interviews: **welke dramatische beelden te publiceren of niet is geen exacte wetenschap.** Er zijn geen tien geboden die zeggen wat wel en niet kan. “Je gaat kijken wat het aanbod is aan beelden en je gaat voor een stuk heel intuïtief gaan afwegen wat gepubliceerd kan worden en wat niet”, zegt Liesbeth Van Impe. Kris Hoflack zegt dat “er geen juiste weg bestaat” en Björn Soenens benadrukt dat “je heel veel gezond verstand moet gebruiken”. Ook An Goovaerts staat er op dat er over elk dramatisch beeld gediscussieerd moet worden. “Je kan een beeld niet in zwart/wit regels neerzetten. Elk beeld is een nieuw beeld en over elk nieuw beeld moet er een discussie ontstaan”. Dramatische beelden, zij het nu foto’s of video’s, zijn moeilijk in hokjes op te delen. Fouten kunnen dus altijd gemaakt worden, anders was het simpeler.



## **Deel 2: Persoonlijke verwerking met oog op het journalistieke eindproduct**

# 1. Situering onderwerp in de media

## 1.1. Case 1: Radio

**Programma:** Media Report

**Profiel programma:** Media Report praat met sleutelfiguren over wat ze doen, wat gebeurt en wat zal gebeuren in de media. Ze gaan dieper in op de grootste problemen in de media- en communicatiewereld en houden nieuwe ontwikkelingen goed in de gaten.

**Land:** Australië

**Taal:** Engels

**Zender:** ABC Radio National (RN)

**Profiel zender:** Met 60 verschillende programma's iedere week profileert RN zichzelf als uniek in Australië. De zender werd ook bekend als 'The Ideas Network' waar het publiek het laatste nieuws kan horen aangaande wetenschap, boeken, religie, sociale geschiedenis, kunst en andere actualiteiten.

**Datum:** Donderdag 14 augustus 2014

**Duur:** +/- 15 min.

**Titel:** "Reporting grisly images from the Islamic State (IS)"

**Link:** <http://www.abc.net.au/radionational/programs/mediareport/reporting-grisly-images-from-the-islamic-state-28is29/5670446>

"international outrage against IS forces increased after the Australian newspaper showed a social media post by an Australian volunteer in Syria, with his seven year old son, holding an enemy's severed head."

Het radioprogramma focust op de Islamitische Staat. Ze hebben het over hun mediadepartement, die enorm gesofisticeerd en productief is en veel content de wereld instuurt. Maar daarvoor wordt er gesproken over beelden, beelden waar de Islamitische Staat verantwoordelijk voor is.

De foto uit voorgaande quote wordt hier als voorbeeld genomen. Het is een foto die in de week van 14 augustus 2014 enorm veel opschudding veroorzaakte in Australië. Presentator Richard Eady verteld dat de Islamitische Staat honderden gelijkaardige foto's de wereld instuurt, waarvan velen zelfs nog erger zijn. Maar tenzij je er naar hebt gezocht, zal je veel van die foto's nog nooit gezien hebben, omdat de nieuwsmedia er niet happig om is ze te publiceren.

Richard Eady stelt daarop de hamvraag van het programma: 'hoe komt het dat deze beelden niet veel verspreid worden? Hoe beslissen de nieuwsredacties wat wel en wat niet te tonen?' Een vraag die dus sterk overeenkomt met de onderzoeksvraag van deze thesis. Om hier antwoord op te krijgen werd Alan Sunderland geïnterviewd. Hij is hoofd van het redactionele beleid van ABC in Sydney.

Opvallend is dat Sunderland niet live in de studio werd geïnterviewd maar dat het interview vooraf werd opgenomen.

Presentator Richard Eady, een prijzen winnende ex-bbc-journalist en mediajunkie zorgt voor een boeiend en relevant interview. De vragen zijn goed en hij lijkt zijn stof als geen ander te kennen. Er wordt ook geen moment van het onderwerp of de invalshoek afgeweken. Telkens worden de relevante vragen over de IS en gruwelijk beelden gesteld, kracht bijgezet door sterke, aangrijpende voorbeelden.

Ook de geïnterviewde, Alan Sunderland, lijkt een goede keuze te zijn. Hij is ervaren en van dag tot dag bezig met de redactionele keuzes aangaande gruwelijke beelden. Bovendien kan hij dit proces mooi en zeer duidelijk uitleggen.

Alle relevante Discussiepunten worden besproken; de overwegingen om dramatische beelden te tonen, de rol van de media en het belang van de waarheid, het daarbij komende dilemma dat niet altijd alles kan getoond worden, het verschil tussen de situatie in Syrië en andere dramatische gebeurtenissen, etc.

Uiteindelijk bracht Sunderland het terug naar één fundamenteel principe: "De fundamentele rol van de media is om de aard en impact van een gebeurtenis accuraat en realistisch te communiceren. We moeten dus niet beslissen hoe we zoveel mogelijk kunnen tonen en ermee weg kunnen geraken. We moeten ook niet kijken naar wat aantrekkelijk is voor het publiek. We moeten de aard en impact van een gebeurtenis accuraat en realistisch weten te communiceren zonder onnodig mensen te schokken en te beledigen. Dat is de balans die we moeten zoeken. De feiten en ernst van de situatie aantonen is de belangrijkste richtlijn die alle media moeten volgen".

Stijlelementen werden amper gebruikt in het radioprogramma. Het programma zette in met dramatische, spannende muziek, quotes en geluidsfragmenten die een gevoel van wanhoop en uitzichtloosheid geven. De fragmenten waren zowel in het Engels als in het Arabisch. Je hoort ook gewerschoten. Alles samen brengt deze intro je op het puntje van je stoel. Hiernaast hoor je geen andere stijlelementen. Dat is ook niet nodig gezien de ernst van het onderwerp, maar toch is het onwennig vergeleken met Vlaamse populaire radiozenders. Het radioprogramma bevatte ook geen muziek.

Kortom is dit een interessant en relevant programma met een interview die de kern van de zaak bespreekt. Zowel de interviewer als de geïnterviewde kennen hun stof en wijken geen moment af van de invalshoek. De mate van objectiviteit is zeer professioneel. Voor wie Vlaamse radio gewend is kan het wel wat onwennig zijn.

## **1.2. Case 2: Televisie**

**Programma:** The Rachel Maddow Show

**Profiel programma:** “The Rachel Maddow Show” is een dagelijks nieuws en opinieprogramma. Het programma volgt de ontwikkelingen van de beleidsvorming in Amerika, van lokaal politiek activisme tot internationale diplomatie. Rachel Maddow tracht hierbij langs alle politieke theater en stunts te kijken en focust op de wetgevingsvoorstellen en het beleid die het leven van de Amerikaanse burger vormt, alsook op de mensen die het beleid voeren en het uiteindelijke resultaat ervan. Ze doet dit aan de hand van interviews, quizzes en monologen.

**Land:** V.S. (U.S.A.)

**Taal:** Engels

**Zender:** MSNBC

**Profiel zender:** MSNBC is een Amerikaanse linkse nieuwszender en is onderdeel van NBC News. Het is de rechtstreekse concurrent van het conservatieve Fox News. In 2014 stond MSNBC na Fox News op de tweede plek van meest bekeken nieuwskanalen in de VS. De zender haalde dagelijks gemiddeld 640.000 kijkers rond primetime (Verhoef, 2014).

**Datum:** 17 juli 2014

**Duur:** 4 min.

**Titel:** “Graphic images amplify tragedy in news reporting”

**Link:** <http://www.msnbc.com/rachel-maddow-show/watch/graphic-images-amplify-tragedy-in-news-events-307295299825>

Het 4 minuten durende videofragment is een onderdeel van “The Rachel Maddow Show” op 17 juli 2014, de dag waarop vlucht MH17 uit de lucht werd geschoten. Rachel Maddow discussieert hier over hoe het veranderende karakter van het nieuws en de alomtegenwoordigheid van de sociale media het moeilijker dan ooit maken om te voorkomen dat dramatische beelden tot bij het publiek geraken. Als voorbeeld gebruikt ze natuurlijk de tragische vliegtuigramp met vlucht MH17 van Malaysia Airlines dat eerder die dag plaatsvond. Ook 9/11 wordt gebruikt als voorbeeld.

Rachel Maddow doet dit niet aan de hand van een interview of reportage, maar aan de hand van een monoloog in de studio. Dit voelt vreemd aan want het is niet iets wat je veel ziet in Vlaamse nieuwsmedia. Ze leidt het nieuwsitem in met een 9/11 case, waar de dag na de terroristische aanval een foto van een hand gepubliceerd werd in de lokale krant (The New York Daily News). Dit veroorzaakte een storm van kritiek en de foto werd daarna nooit meer gepubliceerd. De foto in kwestie wordt in de show niet getoond en Rachel Maddow zegt ook specifiek dat ze dit niet zal doen door de gruwelijkheid ervan. Toch maakt ze duidelijk dat dit een keuze is waar redacteurs vaak mee worden geconfronteerd. Het is hun werk. Ze moeten nieuwswaarde en menselijke waarde tegen elkaar afwegen. “Like it or not, it is the job”. Mooi hoe ze dit nog eens duidelijk maakt aan het publiek.

Na deze inleiding pauzeert ze een paar seconden (uit respect?) en springt ze over naar de vliegtuigramp. Ze vertelt over de chaos en de ravage op de plaats van het ongeluk. “The scene was as unfiltered as our news media today”. Iedereen kon al dramatische foto’s te zien krijgen in het nieuws. Wie online naar informatie zocht zou echter op (onder andere) social media waarschijnlijk al op ongefilterde foto’s van ooggetuigen zijn gebotst, nog voor de wereld goed en wel wist wat er was gebeurd. Foto’s van wrakstukken, bagage en zelfs lichamen. “Photos you might wish you could somehow unsee after you have seen them”.

Hiermee wil ze het punt maken dat we nog altijd veel van onze informatie halen van professionele nieuwsmedia, maar dat we nu ook toegang hebben tot directe, primaire en ruwe informatie van ooggetuigen. Visuele informatie. Zelfs als we de dode lichamen niet te zien krijgen in het nieuws, kunnen we ze zien. De reden hiervoor is social media. Hier neemt ze nogmaals een voorbeeld van 9/11; de beelden van mensen die hun dood tegemoet springen. Het zijn beelden die we misschien

noot meer onder ogen willen krijgen, maar ze zijn ondertussen wel al een belangrijk deel van hoe mensen die gebeurtenis zien en begrijpen.

Wat de rol zal zijn van de gruwelijke, ruwe beelden van de MH17 ramp valt nog te zien, besluit Rachel Maddow. Misschien zullen ze onderzoekers helpen met hun onderzoek. Misschien zullen de ooggetuigen die door de ravage konden lopen het onderzoek net belemmeren. Misschien zullen de beelden geen effect hebben en gewoon deel gaan uitmaken van wat we weten en voelen over de ramp, in ongelooflijk detail.

Terwijl Rachel Maddow in de studio zit te vertellen, worden meestal dekkingsbeelden gebruikt. Ze maakt duidelijk dat de getoonde beelden van professionele media komen. Eerst krijgen we er te zien van 9/11, dan van de vliegtuigramp eerder die dag. Het zijn schokkende beelden, maar ze hebben nieuws waarde en zijn niet onnodig schokkend. Eén foto van bagage en schoenen van de slachtoffers is misschien wel op het randje, maar diverse media publiceerden uiteindelijk dergelijke beelden. Er wordt ravage getoond, huilende mensen en hulpverleners op de plaats van de ramp.

Wanneer geen dekkingsbeelden worden getoond zie je Rachel Maddow, die kalmte en sereniteit uitstraalt. Ook haar stem is zeer kalmerend en haar uitspraak goed.

Als er een minpunt is aan het item dan is het de lengte en diepte van het stuk. Het is een enorm interessant en relevant onderwerp, zeker op die dramatische dag. Alhoewel de presentatrice goed werk levert en de kijker tot nadenken zet, mocht er dieper op het onderwerp ingegaan zijn met een interview, debat of reportage. Het lijkt echter aanvaardbaar dat er de dag van de ramp hiervoor geen tijd of plaats was en Rachel Maddow de kijker enkel bewust wou maken van de evolutie.

### **1.3. Case 3: Print**

**Krant/magazine/site:** DeWereldMorgen.be

**Profiel krant/magazine/site:** DeWereldMorgen.be is een nieuwswebsite waar naast een kleine professionele redactie ook burgerjournalisten actief aan meewerken. Ze onderscheiden zichzelf van de traditionele media die ze “te commercieel, te oppervlakkig en te sensationeel” vinden door los van commerciële logica aan verslaggeving te doen. Ook komen ze ervoor uit dat hun verslaggeving gekleurd is. "Onbewogen neutraliteit is niet aan ons besteed. Objectiviteit en correctheid des te meer".

**Land:** België

**Taal:** Nederlands

**Datum:** vrijdag 28 oktober 2011

**Titel:** Wow!

**Auteur:** Dirk Tuypens

**Link:** <http://www.dewereldmorgen.be/artikels/2011/10/28/wow>

Dit artikel is een opiniestuk. Dit maakt het op zich al helemaal anders dan de vorige twee besproken cases. Auteur van het stuk Dirk Tuypens geeft zijn mening over hoe de dood van Qadhafi in beeld werd gebracht in de media en de wereld rond ging.

Hij begint met een passage uit de in 2003 verschenen essayistische roman van de Zuid-Afrikaanse schrijver J.M. Coetzee. De passage luidt als volgt: *“Mijn stelling vandaag is dit: dat sommige dingen niet goed zijn om te lezen of te schrijven. Anders gezegd neem ik de bewering ernstig dat de kunstenaar heel veel riskeert door zich op verboden plaatsen te wagen: hij riskeert in het bijzonder zichzelf, riskeert misschien wel allen.”*

De gekozen passage van Dirk Tuypens is niet helemaal duidelijk, maar de kern ervan wordt wel duidelijker naarmate je het opiniestuk verder leest. Alhoewel het een originele invalshoek is van de auteur om te starten vanuit een boek die hij heeft gelezen, kon hij een betere passage hebben gekozen om mee te starten.

De auteur gaat verder met het stellen van telkens terugkerende vragen uit het boek: Hoe moet de massamedia omgaan met geweld en gruwel? Moeten we het beschrijven of niet? Laten zien of niet? Zo ja, doen we dat dan expliciet of suggestief? Vervolgens past hij deze vragen toe bij de beelden van de moord op kolonel Moammar al-Qadhafi, leider en dictator van Libië van 1969 tot 2011. Opnieuw worden gelijkaardige vragen gesteld. Moesten die beelden in alle kranten en journaals getoond worden? Worden we daar beter van, of integendeel, slechter?

Dirk Tuypens vertelt vervolgens zijn persoonlijke ervaring bij het zien van de beelden. Hij analyseert de aanpak van de media bij de dood van Qhadafi en de zucht naar sensatie van de media, maar ook van het publiek. “We willen de gruwel niet zozeer doorgronden en begrijpen, we willen hem vooral zien. En hoe meer we gewaarschuwd worden voor de schokkende inhoud van de beelden, hoe gretiger we willen kijken”.

Zijn conclusie luidt als volgt: “media die een gebeurtenis als de moord op kolonel Khaddafi herleiden tot een banaal wow-event, riskeren veel. Ze cultiveren een ongezonde zucht naar sensatie en dragen in belangrijke mate bij tot een primitieve cultuur van wraak en vergelding. Of de media zelf en hun publiek daar beter van worden...?”

De taal in het stuk is zeker niet slecht. Het leest vlot en is beeldend. Toch merk je dat het niet geschreven is door een ervaren journalist of columnist. Hier en daar worden kleine taalfoutjes gemaakt en lijkt het meer op spreektaal dan op schrijftaal. Voor een bezielde opiniestuk kan dit echter een veel sterker effect hebben dan wanneer echte schrijftaal wordt gebruikt. De auteur stelt zichzelf en het publiek ook zeker de juiste vragen en hij discussieert over zowel de aanpak van de media als van het publiek. De media heeft zeker veel kritiek te verduren en vaak terecht, maar het is altijd belangrijk om ook naar onszelf te kijken.



## **2. Formatanalyse**

### **2.1. Telefacts**

Telefacts is een wekelijks actualiteitenprogramma van VTM-Nieuws die uitgebreide duiding brengt bij bepaalde nieuwsfeiten. Telefacts wordt elke dinsdagavond rond 22u. uitgezonden en duurt ongeveer 50 minuten.

#### **2.1.1. Concept en missie**

Als duidingsprogramma is de eerste missie van Telefacts de kijker informeren. De naam 'Telefacts' verwijst naar de core missie van het programma: 'facts' is Engels voor 'feiten', 'tele' voor 'televisie'. De focus van het programma ligt op "onthullende reportages, over thema's die Vlaanderen bezighoudt". Tegelijk willen ze diep graven in de onderwerpen die ze brengen. In 2013 braken ze met de traditie van drie reportages per uitzending. In plaats daarvan zijn er twee langere reportages, die de VTM-redactie toelaat om onderwerpen breder te zetten en dieper uit te spitten.

#### **2.1.2. Beknopte historiek en evolutie**

Telefacts ging van start op 1 februari 1990. In het begin bestond het programma uit zowel eigen werk als aangekochte buitenlandse reportages. Sinds 2010 is hier een afsplitsing gemaakt en wordt er wekelijks een extra 'Telefacts' uitgezonden met enkel aangekochte buitenlands reportages: 'Telefacts Laat'. Beide uitzendingen worden gepresenteerd door Cathérine Moerkerke.

Sinds 2006 loopt Telefacts ook tijdens de zomermaanden door onder de titel 'Telefacts Zomer'. Het programma wordt dan twee keer per week uitgezonden en krijgt een frissere look. In Telefacts Zomer worden over het algemeen enkel aangekochte buitenlandse reportages getoond. Ook deze uitzending wordt gepresenteerd door Cathérine Moerkerke.

Telefacts heeft ook nog enkele extra programma's. Sinds 2008 wordt maandelijks een uitzending van Telefacts vervangen door een justitiegerecht magazine, 'Telefacts Crime'. Het programma wordt gepresenteerd door Faroek Özgünes. Sinds 2013 draagt het programma de naam 'Faroek'.

Enkele keren werd een extra uitzending van Telefacts ingelast: 'Telefacts Extra'. De kijker krijgt hier achtergrondinformatie bij belangrijke actuele gebeurtenissen. Er is eventueel ook ruimte voor live-verslaggeving. Enkele voorbeelden waar een extra Telefactsuitzending werd gemaakt is bij de dood van Osama Bin Laden, de aanslagen in Noorwegen en de dood van Mandela.

### **2.1.3. Doelpubliek**

Sinds de vernieuwing in 2013 wordt Telefacts gekoppeld aan VTM-Nieuws. Ze hebben dan ook dezelfde doelgroep: kijkers van 18 tot 54 jaar. Dit is een commercieel interessante doelgroep voor VTM. Ook Telefacts Zomer, Telefacts Laat en Faroek richten zich op deze doelgroep.

Sinds de vernieuwing in 2013 blijken steeds meer jongeren af te stemmen op VTM-Nieuws. De vernieuwing blijkt daarmee geslaagd te zijn. De meeste kijkers van VTM-Nieuws blijven dan hangen om verder te kijken naar Telefacts, die erna komt. VTM probeert echter ook oudere mensen aan te trekken, maar dat blijkt momenteel niet te lukken.

### **2.1.4. Opbouw**

De uitzending begint stevast met een begroeting van presentatrice Cathérine Moerkerke. Daarna volgt de algemene inleiding aan de hand van 'teasers'. We krijgen beelden en deeltjes van interviews te zien uit de komende reportages. Zo wordt de kijker een beeld geschetst van hoe de uitzending er uit zal zien.

Vervolgens krijgen we de volledige reportages te zien, die elk apart nog eens worden ingeleid door Cathérine Moerkerke.

## **2.2. Analyse Telefactsreportage**

Bij gebrek aan een reportage die dicht bij mijn onderwerp aanleunt, analyseer ik één uit de 'Telefacts'-uitzending van 10 maart 2015: 'Doping onder jongeren voor de festivals'. De reportage zoomt in op het toenemende dopinggebruik bij jongeren, die hun lichaam willen klaarstomen voor de zomer. Ik zal niet zozeer de inhoud onder de loep nemen, maar eerder de opbouw, werkwijze,

beeldgebruik, interviews, etc.. Hoe brengen ze mensen in beeld? Welke dekkingsbeelden worden gebruikt? Hoe gaan ze om met privacy? Welke keuzes worden gemaakt?

De reportage begint met jongeren, aan het trainen in de fitness. De voice-over start bijna onmiddellijk. Er wordt opjuttende dancemuziek gebruikt, typisch voor fitnessruimtes. Een sterke intro zal ik het niet noemen, maar er zit wel vaart in. Toepasselijk, gezien het onderwerp. Pas na de voice-over, waarbij de eerste interviewee al wordt ingeleid, komt de eerste getuigenis. Er wordt over het algemeen altijd begonnen met een goeie, sterke getuigenis. Ook hier is dit dus het geval.

Na de intro is een specialist aan de beurt, die het fenomeen bespreekt. De quotes zijn goed gekozen, begrijpelijk en helder. Dit geldt ook voor alle gekozen specialisten en quotes doorheen de volledige reportage.

Om beurt komen getuigen en specialisten aan het woord. Ook getuigen die anoniem willen blijven komen voor in de reportage. Het gezicht wordt hier geblurred en de stem vervormd. De beelden die dan gebruikt worden zijn zeer donker en brengen een duistere sfeer aan de reportage. De louche achterbuurtjes en steegjes die te zien zijn geven een criminele sfeer. Het gaat dan ook om illegale activiteiten – het nemen van steroïden – dus misschien is dit toepasselijk. Het kan echter ook overdreven en niet helemaal realistisch zijn. Ik weet het eigenlijk niet.

Een deel van de reportage toont ook een undercover-onderzoek. Met verborgen camera's wordt in winkels naar anabole steroïden gevraagd. De journalisten doen zich voor als jongeren die zich willen klaarstomen voor het festivalseizoen. In de eerste twee winkels vangen ze telkens bot. In de derde winkel hebben ze prijs. Er volgt een interessante getuigenis van de verkoper, die de journalisten vertelt wanneer hij de testosteron kan krijgen, hoeveel het zal kosten en hoe ze het moeten gebruiken. De verkoper vertelt dit allemaal zonder te weten dat hij wordt gefilmd. Ook hier wordt alles geblurred en de stem vervormd. Spannend is het alleszins. Interessant ook.

Uiteindelijk worden ongeveer evenveel getuigenissen als quotes van specialisten gebruikt in de reportage. Ze eindigt ook waar ze begonnen is: met de eerste getuige in de fitnesszaal.

Wanneer anonieme getuigen aan het woord komen, wordt het tempo in de reportage wat trager en duisterder. Er wordt dan ook spannende, trage muziek gebruikt. In de rest van de reportage zit echter veel vaart in de opvolging van beelden. Het opjuttende gevoel wordt ook telkens versterkt door de muziekkeuze. Er zit ook in snel tempo veel beweging in de shots zelf: in- en uitzoomen, scherp-onscherp stellen en pannen, het zijn allemaal technieken die gebruikt worden. Er wordt geen gebruik gemaakt van een statief. Zoals eerder aangegeven, toepasselijk voor dit onderwerp, maar

zeer onwennig voor iemand die Koppen gewend is. Ook is er weinig ademruimte in de reportage, hoewel dit hier niet echt stoort.

De reportage toont zeker samenhang en is ook zeer duidelijk. De voice-over is hier belangrijk in; het is de stem die de reportage op een boeiende manier samenhoudt. Ook de journalisten zijn er in geslaagd het onderwerp boeiend over te brengen naar de kijker.

### **2.3. Eigen werkwijze**

De mensen die in mijn reportage aan bod zullen komen vullen zowel de rol van getuige als van specialist in. Anders dan in 'Doping onder jongeren voor de festivals' zal daar dus niet echt een onderscheid in te vinden zijn. Ik ben ook van plan om mijn reportage iets krachtiger en dynamischer te starten. Om de kijker geïnteresseerd te houden is het vaak noodzakelijk om een impactvolle intro te hebben. Hiervoor zal ik archiefbeelden gebruiken, gecombineerd met spannende muziek, voice-over en korte quotes. Het zal een uitdaging zijn. Vooral de muziek zal hier belangrijk zijn, omdat dit een belangrijk element is om een bepaalde sfeer te scheppen. Niet alleen in de intro, maar doorheen mijn volledige reportage zal ik hier goed op letten. In mijn reportage is het de bedoeling een spannende, wat gevaarlijke sfeer te creëren, gecombineerd met wat rustigere momenten. Ook ben ik van plan om ademruimte in mijn reportage te steken. Ik denk dat dit belangrijk zal zijn gezien het zware onderwerp en de harde beelden die de kijker te zien zal krijgen. Mijn voice-over zal dezelfde functie hebben als in 'Doping onder jongeren voor de festivals', namelijk de reportage tot een samenhangend geheel maken.

### 3. Werkplan en scenario

#### 3.1. Gedetailleerd scenario

##### 3.1.1. Scenario van reportage

**WAARSCHUWING: DEZE REPORTAGE BEVAT DRAMATISCHE BEELDEN**

Voice Over:

**Dramatische beelden**

**Ze zijn alomtegenwoordig in ons nieuws.**

Quote: Bart Pattyn, media-ethicus (11:25-11:30)

“Als er een sensationeel bericht is, is er heel veel belangstelling en zijn er hoge verkoopcijfers. Er wordt daar dus straf naar gekeken.”

Voice Over:

**De nieuwsmedia hebben natuurlijk de plicht om mensen waarheidsgetrouw te informeren over wat gebeurt in de wereld.**

Quote: : Lisbeth Van Impe, hoofdredacteur van Het Nieuwsblad (Vid 1/ 06:36-06:40)

“Niemand zal zeggen dat je nooit gruwelijke foto's mag gebruiken.”

Voice Over:

**Maar hoe gaan de Vlaamse nieuwsredacties hier mee om? Vier hoofdredacteur van enkele van de grootste Vlaamse nieuwsredacties spreken. Wanneer kunnen dramatische beelden gepubliceerd worden en wanneer niet?**

**TITEL REPORTAGE**

**Quote: Björn Soenens, hoofdredacteur Het Journaal (Vid 1/ 01:02-01:23)**

“Waardigheid van het individu, zeer belangrijk. Nieuwswaarde, is het nodig dat we dit tonen om een situatie in de wereld uitgelegd te krijgen. En voor de rest, veel gezond verstand.”

**Quote: Kris Hoflack, Algemeen hoofdredacteur VTM (Vid 2/ 00:47-00:58)**

“Relevantie blijft denk ik altijd het allerbelangrijkste criterium. In deze tijden kan je moeilijk nieuws achterhouden voor de mensen.”

**Quote: Lisbeth Van Impe, hoofdredacteur van Het Nieuwsblad (Vid 1/ 03:21-03:35)**

“In je achterhoofd hou je altijd, respect voor slachtoffers en aan de andere kant de lezer die dat op zijn nuchtere maag in de bus krijgt. Dan heb je alle deontologische codes en een stuk menselijke afweging die je maakt.”

**Quote: An Goovaerts, hoofdredacteur De Morgen (Vid 1/ 01:08-01:31)**

“We staan ook altijd stil bij het privacy-aspect. Hoe je eigenlijk de privacy van bepaalde personen schendt of niet door het brengen van een beeld.”

**Voice Over:**

**Het is duidelijk dat er talrijke waarden, normen en deontologische codes zijn waar nieuwsredacties rekening mee kunnen houden. Maar wordt in iedere situatie dezelfde werkwijze gebruikt?**

**17 juli 2014. Malaysia Airlines-vlucht MH17 stort neer in Oost-Oekraïne. Van de bijna 300 mensen aan boord overleeft niemand de ramp. Dramatische beelden gingen de wereld rond.**

**Quote: Lisbeth Van Impe, hoofdredacteur van Het Nieuwsblad (Vid 2/ 04:18-04:45)**

“Ik herinner mij dat we daar wel goed naar de foto’s hebben gekeken om er zeker van te zijn dat er niet plots iets gruwelijks opdook dat we niet gezien hadden. Er waren heel veel beelden waar er in de rand toch menselijke resten of wat dan ook lagen. Daar hebben we wel geselecteerd op impact. Maar ik zeg het dat kan op veel verschillende manieren gebeuren. En dan zorgen dat je niets toont dat wanneer je oog er op valt je denkt van ‘lieveheregod’.”

**Voice Over:**

**Dat dit absoluut niet makkelijk was bewijst VTM. In het nieuws van 17 juli 2014, de dag na de crash, zijn lichaamsdelen ongecensureerd te zien.**

**Quote: Kris Hoflack, Algemeen hoofdredacteur VTM**

“achteraf bekeken, hadden we die beelden beter niet getoond. Ik denk wat dat betreft, was dat een uitschuiver van onzentwege. We hebben dat in één nieuwsbulletin laten passeren, maar je moet daar voortdurend alert voor zijn. Ik snap dat wel, die journalist was zo onder de indruk van wat er gebeurde, die site was daar, er was nog niets opgekuist, de slachtoffers waren nog niet geïdentificeerd. Alles lag nog over vele kilometers verspreid. Ik vind dat belangrijk om dit even te zeggen, in de context waarin dat dat gebeurt was. Je kan ook, neem ik aan, meer afstand nemen van een video die je binnenkrijgt en waar je met een hele redactie kan over discussiëren, waar je enige tijd hebt om over te reflecteren, dan dat je op een bepaald moment een live-verslag uitbrengt over wat er met de MH17 is gebeurd en waar je nog voor een stuk midden de gebeurtenis, drama staat. Als journalist alleen ben je sowieso overdonderd en waar ik me kan inbeelden dat je andere afwegingen maakt dan hier genuanceerd achter onze bureau met 4, 5 mensen.

**Voice Over:**

**Maar dramatische beelden kunnen ook van dichterbij komen. Denk maar aan ongelukken of misdaad. Deze worden dan ook meestal op een andere manier aangepakt.**

**Quote: Lisbeth Van Impe, hoofdredacteur van Het Nieuwsblad**

“Je zal inderdaad makkelijker zien dat foto’s toch iets explicieter worden als het verder van huis is. Ik denk dat dat overal zo is. We zijn meer gewoon aan gruwelijke beelden uit oorlogsgebieden dan als je hier een weekendongeval zit. Je weet dan dat hier familie en vrienden zitten naar televisie te kijken.”

**Voice Over:**

**Stefaan Beel fotografeert onder andere al 20 jaar ongelukken, branden en andere fait-divers voor Het Nieuwsblad.**

**Quote: Stefaan Beel, Freelance fotograaf Het Nieuwsblad (Vid 1/ 02:00-02:10/ 02:13-02:14)**

“Slachtoffers mogen we in principe niet in beelden brengen. Dat komt eigenlijk niet in de krant. Dat is uit respect voor de mensen. / Bloed is geen probleem.”

**Voice Over:**

**Toch kan het gebeuren dat levende slachtoffers in beeld komen. Als de krant met beeldarmoede te maken heeft bijvoorbeeld.**

**Quote: Stefaan Beel, Freelance fotograaf Het Nieuwsblad (Vid 3/ 03:24-03:49)**

“Die man is ook niet herkenbaar en het is ook niet van heel dichtbij. Dat is ook een beeld dat we op dat moment konden nemen en 5 minuten later niet meer. Dus we hadden die foto of geen foto.”

**Voice Over:**

**Respect voor de slachtoffers en hun waardigheid is belangrijk in de traditionele Vlaamse media. Zeker als het nieuws dus van nabij komt. Beelden met doden worden uitzonderlijk gepubliceerd.**

**Quote: Lisbeth Van Impe, hoofdredacteur van Het Nieuwsblad (Vid 1/ 01:23-01:53)**

“Waarom? Omdat dat te gruwelijk is voor de mensen die het 's morgens op de mat krijgen en omdat soms veel van die beelden weinig respectvol zijn ten opzichte van de slachtoffers. Is dat een exacte wetenschap? Neen. Je gaat gaan kijken wat het aanbod is en je gaat daar gaan kijken wat kan en wat niet kan. Dat ga je heel intuïtief ook voor een stuk gaan afwegen.”

**Voice Over:**

**Een uitzondering die kan gemaakt worden is wanneer dramatische beelden zo veelzeggend zijn dat het publiek ze moet zien.**

**2013, Dhaka, Bangladesh. Een fabriek stort in en meer dan 1100 mensen komen om onder het puin. Wereldwijd publiceerde de media dezelfde foto. Zowel op televisie als in de krant.**

**Quote: Björn Soenens, hoofdredacteur Het Journaal (Vid 1/ 06:48-07:15)**

“Waar een koppel, een man en een vrouw, innig verstrengeld lagen. Ze waren dood. Helemaal bestoft. Voor mij is dat het beeld, mensen die elkaar vasthebben en geen kant uit kunnen, gevangen zitten in dat kapitalistisch systeem, vastzitten in een ramp die hen overkomt. Wij die een spiegel worden voorgehouden van kijk deze mensen zien af om jouw goedkope t-shirt te maken. Dat heeft nieuwswaarde, dat heeft iconische waarde.”

**Quote: An Goovaerts, hoofdredacteur De Morgen (Vid 2/ 05:20-05:41/ 06:18-06:28)**

“Op zich is dat een knalhard beeld want je hebt twee dode mensen op een foto. Maar langs de andere kant zie je: dit is iconisch, want het toont alles wat daar mis aan het lopen is. Dit geeft de dood en de liefde op hetzelfde moment weer. Dit is heel hard. Dit toont mensen als ze dood zijn, wat voor ons al een criteria is om een beeld eigenlijk niet te brengen. / We hebben daar zoveel over geschreven maar dat beeld zei gewoon wat er mis liep, wat er mis is gelopen en waarom er iets moest gebeuren. Soms is een beeld veel krachtiger dan een verhaal.”



**Voice Over:**

Over dit soort dramatische beelden is er normaal gezien eensgezindheid. Maar er is een categorie beelden waar dit anders is.

19 augustus, 2014. De wereld werd geschokt toen de IS een onthoofdingvideo online zette. In de video was te zien hoe journalist James Foley, gehuld in een oranje uniform, als eerste westerse journalist werd opgevoerd en onthoofd. Dat deze video door de terroristische organisatie zelf werd verspreid, zorgde voor een extra dilemma.

**Quote: Kris Hoflack, Algemeen hoofdredacteur VTM (Vid 2/ 12:41-13:00)**

“Bij James Foley, daar hebben toch wel met een stuk of vijf hier op de redactie over gediscussieerd. Gaan we het brengen, gaan we het niet brengen? Hoe brengen we het dan? Na een uur serieuze discussie werd beslist om het wel te brengen, en dan probeer je het zo genuanceerd mogelijk te brengen he.”

**Voice Over:**

De VRT pakte het echter helemaal anders aan.

**FRAGMENT VRT JOURNAAL: Wim De Vilder**

“Onze redactie heeft besloten, samen met veel andere media, om geen fragment uit de video te tonen.”

**Quote: Björn Soenens, hoofdredacteur Het Journaal (Vid 1/ 02:13-02:21/ 02:29-02:46)**

“Bij IS hebben wij beslist, als eerste redactie in Vlaanderen, dat we daar niks van tonen. / Omdat IS die beelden maakt met de bedoeling die expliciet te verspreiden en rekenen op de sensatiegerichtheid van de media of op onze geschoktheid, en dat is precies wat ze willen. Ze willen terreur verspreiden op een zeer goedkope manier.”

**Quote: Kris Hoflack, Algemeen hoofdredacteur VTM (Vid 3/ 00:45-01:13)**

“Ik heb begrip voor die beslissing maar wij hebben een andere journalistieke keuze gemaakt. Doodeenvoudig omdat ik vind dat je de dingen zoals ze gebeuren moet tonen. Dat zijn relevante beelden. Je toont daarmee dat er een extremistische organisatie is die tot zulke gruweldaden in staat zijn onder het mom van godsdienst of ideologie. Dat is denk ik bijzonder relevant.”

### Voice Over:

Wat de situatie ook is en welke beelden ook voorhanden zijn, één ding is zeker: wanneer dramatische beelden te publiceren is geen exacte wetenschap. Je moet ieder beeld en iedere situatie afzonderlijk bekijken en de afweging maken. Gezond verstand is nog altijd het belangrijkste hulpmiddel.

### **3.1.2. Montagekeuze: beeld, klank en muziek**

Dekkingsbeelden vinden is altijd moeilijk. Goeie en variërende beelden zijn noodzakelijk om de aandacht van de kijker te behouden, zeker wanneer de reportage zo lang is. Voor mijn reportage was de keuze qua dekkingsbeelden niet zo moeilijk te maken: vooral archiefbeelden zijn hier belangrijk, om de verschillende cases in de reportage te illustreren. Moeilijker was om ze te vinden en te bemachtigen. Hier gaat soms een trage en dure procedure aan vooraf.

Mijn reportage gaat over dramatische beelden dus die worden er zeker in verwerkt. Zonder dergelijke beelden zal het eindresultaat nietszeggend zijn. Ik heb dan ook besloten om de kijker vooraf te waarschuwen voor de beelden die volgen. Pas daarna gaat de reportage van start. Deze waarschuwing niet geven zou na alles wat ik heb bijgeleerd dom en hypocriet zijn. Bovendien is het toepasselijk.

Zelf heb ik de verschillende nieuwsredacties gefilmd. Journalisten en hun hoofdredacteurs die aan het werk zijn, discussie die gevoerd wordt, etc.. Ook beelden van een drukkerij worden in de reportage verwerkt. Tenslotte heb ik ook mensen gefilmd die door kranten aan het bladeren zijn.

Bij de interviews probeerde ik zoveel mogelijk te kiezen voor een goeie achtergrond met diepte. Ook de positie van de interviewees varieert. Twee hoofdredacteurs zitten rechts in beeld, twee links.

In sommige gevallen gebruik ik de klank van de archiefbeelden. In vele gevallen is dit niet mogelijk door de originele voice-over die daar nog over te horen is. Ik gebruik wel enkele fragmentjes van nieuwsankers. Daarin laat ik hun heel even aan het woord. Tijdens het interviewen is alle klank met een perch microfoon opgenomen. Een microfoon in beeld zou een onprofessionele indruk geven.

Aangezien ik weinig klank kan gebruiken van de dekkingsbeelden zelf, zal muziek belangrijk zijn in mijn reportage. Ik kies vooral voor dramatische muziek, die de spanning opbouwt. In de intro maak ik hier gretig gebruik van, om de kijker al van bij de start aandachtig te maken. Het tempo of ritme

wordt van bij de openingsbeelden al bepaald dus ook op vlak van beelden zal ik hier een dynamische start proberen te maken.

### 3.1.3. Vraagstelling

#### Vragen hoofdredacteurs:

- Wat zijn voor jullie redactie de belangrijkste waarden, codes of elementen wat betreft het tonen van dramatische beelden? (Nieuws waarde, relevantie, publiek, slachtoffers/nabestaanden,...)  
  
→ Naargelang hun antwoord pik hier verder op in. (andere redactie, andere aanpak)
- Hoe belangrijk is dit voor jullie redactie? Wordt er over dergelijke zaken veel gedebatteerd binnen de redactie?
- Hoe belangrijk is de invloed van sociale media? Want de redactie wordt waarschijnlijk overladen met alle soorten beelden nu. Hoe gaan jullie om met deze nieuwe stroom van dramatische beelden?
- In discussies over wat de nieuwsmedia kunnen of moeten publiceren valt de journalistieke plicht om alles waarheidsgetrouw af te beelden vaak als argument. Wat vindt u hiervan?
- Welke soort beelden liggen het gevoeligst? Waar wordt extra voorzichtig mee omgegaan? Ongelukken, oorlog, rampen, misdaad, close up, long shot,...
- Dramatische beelden afkomstig van ver weg worden anders aangepakt dan dramatische beelden afkomstig van hier in Vlaanderen. Hoe worden ze anders aangepakt en waarom?
- Hoe belangrijk is sensatie? Heeft dit invloed op jullie beslissingen?
- Kan je een voorbeeld geven van wanneer het tonen van gruwelijke of schokkende beelden bijdraagt tot de correcte berichtgeving van die feiten? (Zoals foto's van Abu Ghraibgevangenis, die de mishandeling van gevangenen door Amerikaanse militairen toonden )
- IS:

- Wat gebeurde er hier op de redactie toen de eerste beelden van de onthoofdingsvideo van James Foley binnenkwamen? Hoe werd er gereageerd?
  - Veel tijd voor walging was er waarschijnlijk niet? Er moesten onmiddellijk beslissingen worden genomen?
  - Wat werd dan beslist? Hoe brachten jullie verslag uit over het incident? Wat werd wel getoond, wat niet?
  - Waarom die beslissing?
- MH17:
    - Welke beelden werden hier gepubliceerd, en op welke manier?
    - Waarom werden hier beelden van gepubliceerd die objectief gezien schokkender zijn dan de beelden van de IS video's?
  - Aardbeving Nepal:
    - Welke beelden werden hier gepubliceerd, en op welke manier?
    - Waarom is er hier minder terughoudendheid? (sensibilisering? Iconische foto's? Andere omstandigheden?)
  - Auto-ongelukken en misdaad:
    - Hoe pakken jullie dit aan? (meestal is dit regionaal nieuws en dus NABIJ)

### **Vragen Stefaan Beel:**

- Wie bent u en wat is uw job precies?
- Wat verwachten kranten precies van u als ze u op pad sturen? Wat willen ze in hun foto's? (soorten overlopen: ongelukken, branden, misdaad,...)
- Wat mag nooit in beeld worden gebracht? (slachtoffers, bloed, persoonlijke bezittingen,...?)
- Wat mag wel in beeld worden gebracht? (materiële schade?)
- Zijn hier soms uitzonderingen, waar bijvoorbeeld het slachtoffer wel wordt gefotografeerd?
- In welke situaties kan een uitzondering gemaakt worden?
- Is het vaak de bedoeling sensationele foto's te maken? Hoe meer schade, hoe beter, zonder grenzen te overschrijden?

- U werkt vooral voor Het Nieuwsblad. Wat is het verschil met andere kranten, bijvoorbeeld De Morgen of De Standaard?
- Wat is de ervaring die u het meeste is bijgebleven? Hoe heeft de krant dit dan gebracht?
- Professionele biografie?

## **3.2. Biografie gekozen gesprekspartners**

### **3.2.1. Björn Soenens – Hoofdredacteur Het Journaal bij VRT Nieuws**

Björns Soenens (1968) carrière startte bij de openbare omroep in 1991 bij Radio 2 West-Vlaanderen. Na een jaar ging hij aan de slag als reportagemaker en anker bij het radionieuws. In 1995 maakte hij de overstap naar het televisienieuws en werd hij reporter voor Het Journaal en Terzake. Tussen 1999 en 2003 werkte Soenens voor Koppen en werd hij achtereenvolgens reporter, eindredacteur en chef. Daarna keerde hij terug naar Het Journaal als eindredacteur, verslaggeving en chef buitenland.

Sinds 2008 is Björn Soenens ook bekend als Amerika-watcher van de VRT, maar ook als commentator bij live-evenementen. Daarbovenop is hij al meer dan een decennia inlezer voor documentaires op Eén en Canvas. Zijn stem klinkt bij velen dan ook zeer vertrouwd.

Het reportagewerk van Soenens bezorgde hem al meermaals prijzen. Voor zijn reportage over incest kreeg hij de mediaprijs van KU Leuven en voor zijn radorubriek 'De Amerikawatcher' werd hij bekroond met de persprijs van Dexia. Hij werd recent ook genomineerd voor de internationale AIB-award voor het Canvas-programma 'Stemmen uit Iowa'.

Soenens schreef ook meerdere boeken; Eiland op drift (1995), Blijven proberen Obama! (2010) en Amerika, een biografie van dromen en bedrog (2012).

Hij is sinds 8 november 2013 hoofdredacteur van Het Journaal. Sindsdien legt hij de klemtoon op constructieve journalistiek. Veel journalisten steunen Soenens hier in maar volgens zijn criticasters zou door deze nieuwe aanpak het echte nieuws soms naar de achtergrond verdwijnen.

### **3.2.2. Kris Hoflack – Algemeen hoofdredacteur VTM**

Kris Hoflack (1965) studeerde geschiedenis aan de KU Leuven en was in de jaren tachtig gedurende vijf jaar assistent van Luc Huyse, een socioloog aan de KU Leuven. Daarna ging Hoflack voor Humo werken, waar hij politiek journalist werd. Hij speelde ook een grote rol in de oprichting van het weekblad Bonanza. In 2001 ging hij aan de slag bij de VRT. Daar was hij opeenvolgend eindredacteur van het parlementair magazine 'Villa Politica' en chef 'Terzake'. In 2007 leidde hij de restyling van de VRT-nieuwsdienst. Na die hervormingen mocht hij aan de slag als hoofdredacteur duiding voor radio en televisie en was hij verantwoordelijk voor alle politieke en duidingsprogramma's waaronder

Terzake, De keien van de Wetstraat, Phara, Volt en Vranckx. In 2007 was hij ook een van de drie leden van het college van hoofdredacteurs van de VRT-nieuwsdienst.

Hoflack schreef ook verschillende boeken over de Belgische politiek. In 2011 verliet hij de VRT en ging hij voor de Borgerhoff&Lamberigts werken. Daar stond hij mee aan de wieg van de tv-afdeling en maakte Fans of Flanders, een programma voor buitenlanders in België.

Op 1 oktober 2012 werd Hoflack algemeen hoofdredacteur van de VTM-nieuwsdienst. Uit een rondvraag van De Morgen bij bijna honderd directeurs, hoofdredacteurs en opiniemakers uit de Vlaamse media in december 2014 blijkt Kris Hoflack de meest invloedrijke persoon in de Vlaamse Media te zijn. Uit de motivatie bij de stemming blijkt dat hij deze eerste plaats vooral te danken heeft aan de vernieuwingen die hij bij VTM in gang zette sinds zijn benoeming tot algemeen hoofdredacteur. Sindsdien slaagt VTM Nieuws er namelijk vaker in om de agenda te bepalen en meer jongere kijkers te lokken.

### **3.2.3. An Goovaerts – Hoofdredacteur De Morgen**

An Goovaerts studeerde economie en wiskunde en deed onderzoek naar Finance en Accounting aan het Limburgs Universitair centrum. Na redactiecoördinator en adjunct hoofdredacteur te zijn bij het weekblad Trends, werd ze daar in 2009 hoofdredacteur. In 2010 zette ze een stap terug en ging ze terug aan de slag als journalist. Ze schreef onder meer over banken, durfkapitaal en verzekeringsmaatschappijen.

In 2011 maakte An Goovaerts de overstap naar De Morgen. Drie jaar lang was ze daar chef nieuws en had ze een grote invloed op het inhoudelijke aspect van de krant. Sedert zes maanden is ze samen met Lisbeth Imbo hoofdredacteur.

Eerder deed An Goovaerts ook al naambekendheid op als interviewster in 'De Gast', een talkshow van Kanaal Z en Trends met toppers uit het bedrijfsleven en de politiek.

### **3.2.4. Lisbeth Van Impe – Hoofdredacteur Het Nieuwsblad**

Liesbeth Van Impe behaalde in 2000 haar diploma Romaanse aan de universiteit van Leuven. Na haar studies trok ze met de rugzak de wijde wereld in. Terug thuis ging Liesbeth Van Impe aan de slag bij de Universiteit Vrije Tijd van het Davidsfonds. Daar bleef ze echter niet lang. De roep van de journalistiek was te groot. In 2003 werd Van Impe geselecteerd voor opleidingsproject MediAcademie van De Persgroep. Hierdoor mocht ze opleidingen volgen in het buitenland en kwam kon ze proeven van televisiejournalistiek. Ze mocht opleidingen volgen in het buitenland en kwam er in contact met televisiejournalistiek.

Haar echte journalistieke carrière begon in 2004. Ze kon haar kinderdroom waarmaken en werd politiek journalist bij De Morgen. Een paar jaar later raakte bij De Morgen bekend dat er 26 mensen aan de deur gingen gezet worden. Liesbeth van Impe stond zelf niet op de lijst maar vocht een half jaar lang mee om dit collectief ontslag te voorkomen. Uiteindelijk werde dan toch enkele journalisten ontslagen, waarna de maat voor Van Impe vol was en ze zelf ook ontslag nam. Naar eigen zeggen was dit de beste beslissing in haar leven.

Ze werd al vrij snel aangenomen als Chef Politiek bij Het Nieuwsblad. Daar schreef ze dagelijks haar eigen commentaarstuk in de krant, volgde ze het nieuws op, deed ze interviews en was verantwoordelijk voor het reilen en zeilen van de vierkoppige redactie. Ze groeide uit tot het gezicht van *Het Nieuwsblad*. Eind 2011 vond ze het tijd voor de volgende stap en werd ze co-hoofdredactrice van Het Nieuwsblad. Onder meer onder haar leiding werd de krant weer op de kaart gezet. Sinds 2010 – 2011 zitten de verkoopcijfers in de lift en in 2011 en 2012 werd Nieuwsblad.be uitgeroepen tot nieuwssite van het jaar. In 2014 zouden meer dan een miljoen mensen per dag Het Nieuwsblad lezen.

### **3.2.5. Stefaan Beel – Freelance fotograaf Het Nieuwsblad**

Stefaan Beel is 33 jaar geleden afgestudeerd in fotografie en film aan het KASK in Gent. Hij kon onmiddellijk aan de slag in Roeselare, bij de Weekbode. Twee jaar later kon hij ook al gaan werken bij Het Nieuwsblad. Hij doet voornamelijk streeknieuws; reportages, interviews, portretten, belangrijke gebeurtenissen. Stefaan Beel is eigenlijk een all-round fotojournalist. Het is ook al meer dan 20 jaar dat hij fait-divers fotografeert. Dat betreft dus meestal gebeurtenissen van een tragische of opmerkelijke aard, zoals misdadaad, branden en ongelukken.



### 3.3. Logboek

**Oktober 2014:** Nadenken over en zoeken naar een goed onderwerp voor de bachelorproef. Er zijn drie lessen van mevrouw Mestdagh waarin zij de vormelijke aspecten van de bachelorproef uitlegt. Ik ga echter maar naar één ervan en krijg hier later spijt van. Ik heb ook veel moeilijkheden met het vinden van een onderwerp waar ik een volledig jaar mee wil bezig zijn. Ik zocht iets in de psychologie omdat me dat enorm interesseert. De ideeën die ik had bleken na verdere research echter zo goed als onhaalbaar. Uiteindelijk dacht ik iets te doen rond de toename van gewelddadige beelden in de media. Tom Christiaens bracht me op dit idee tijdens een discussie hierover tijdens de Balkanreis. Vanaf dat moment begon ik het nieuws meer te controleren op dergelijke beelden en deed ik hier research naar.

**3 november 2014:** indienen uitgebreid schriftelijk voorstel, bronnenlijst en werkplan. Na een consultatie bij meneer Vermeulen lukt het me mijn onderwerp en onderzoeksvraag op punt te stellen: 'Wat zijn de overwegingen van de Vlaamse redacties om bepaalde dramatische beelden wel of niet te publiceren?'.

**18 november 2014:** Ik presenteer mijn onderwerp, onderzoeksvraag, subvragen en eventuele methodes aan de klas en docenten. De mogelijke uitwerking van mijn journalistieke eindproduct blijkt hier nog vaag te zijn. Toch krijg ik vooral positieve feedback en krijg ik groen licht van de docenten. Ik kan nu officieel mijn bachelorproef aanvatten.

**Eind november:** Ik doe verdere research naar mijn onderwerp. Met de feedback van de presentatie 18 november in mijn achterhoofd concentreer ik me nu vooral op hoe mijn journalistieke eindproduct er moet uitzien en hoe ik dit kan realiseren.

**10 december 2014:** Verplichte consultatie bij de promotors van mijn bachelorproef meneer Vandenberghe en meneer Vermeulen. We bespreken de stand van zaken. Ze zeggen me dat ik goed op weg ben. Toch is het plan voor mijn journalistieke eindproduct nog te vaag. Ze geven me goeie tips en schrijven contactgegevens voor me neer. Ik moet contact opnemen met persbureau Jan Verbeke uit Roeselare proberen om een afspraak te maken met een fait-divers fotograaf.

**Eind december 2014:** Als ik bel naar het persbureau Jan Verbeke word ik iedere keer afgewimpeld. Beloftes worden gemaakt maar ik verneem er nadien telkens niets meer van. Ik besluit hier geen tijd meer aan te verspillen en focus me op de komende examens.

**Februari 2015:** Ik ga verder met mijn research. Ik heb moeilijkheden om goeie bronnen te vinden. Ik constateer dat er weinig research is gedaan naar het gebruik van dramatische beelden in nieuwsberichtgeving. Discussies en opiniestukken vind ik wel genoeg, maar ik heb hardere materie nodig indien ik een sterke bachelorproef wil maken. Ik vind ook geen reportages of documentaires die me kunnen helpen of waar ik inspiratie uit kan halen voor mijn journalistieke eindproduct. De maand februari was er uiteindelijk één zonder veel vooruitgang.

**Begin maart 2015:** ik mail mijn promotor Karl Vandenberghe met de vraag naar contactgegevens van fotografen die worden opgeroepen om branden en ongevallen te fotograferen. Hij kan me een paar namen geven maar wijst me er op dat het niet evident zal zijn een fotograaf in actie te kunnen filmen. Dergelijke oproepen zijn uiteraard nooit vooraf geweten en de fotografen moeten dan ook meteen uitrukken om zo snel mogelijk ter plaatse te zijn. Het zal moeilijk zijn voor mij ook terzelfdertijd ter plaatse te geraken. Hij heeft een punt.

**Midden maart 2015:** Ik mail naar mijn promotoren Karl Vandenberghe en Bregt Vermeulen en vraag naar eventuele contactgegevens van de hoofdredactie van De Standaard, HLN, VRT en VTM. Ik zou graag telefoonnummers kunnen bemachtigen want vind vooral e-mailadressen op internet. Toch stuur ik naar alle hoofdredacteuren ook al een e-mail met de vraag voor een interview. Ik vind al wat meer bronnen voor mijn researchdossier maar het gaat nog altijd moeizaam.

**26 maart 2015:** Tussentijdse presentatie over de stand van zaken in The Studios. Ik blijf goed op weg te zijn, maar het valt de docenten op dat ik weinig te zeggen heb over de aanpak van mijn documentaire. Ik heb dan ook nog altijd geen idee van hoe ik het wil aanpakken. Het verontrust zowel mij als de docenten.

**Begin april 2015:** Ik heb nog altijd van geen enkele gecontacteerde hoofdredacteur een antwoord ontvangen. Ik heb ook twijfels over mijn onderzoeksvraag: 'Wat zijn de overwegingen van de Vlaamse redacties om bepaalde dramatische beelden wel of niet te publiceren?' Ik vind dat hier niet genoeg diepgang in zit en ga op zoek naar een nieuwe onderzoeksvraag. Meneer Vermeulen raadt me echter aan verder te doen met mijn huidige onderzoeksvraag en geeft ook goeie redenen waarom. Hij kon me overtuigen.

Verder ga ik op zoek naar goeie databanken. Meneer Vermeulen raadt me aan LexisNexis te gebruiken. Dit kan echter alleen via school of VPN thuis. Ik doe de nodige installaties maar het werkt niet. LexisNexis werkt blijkbaar enkel van binnen school.

**4 april 2015:** Ik stuur een mail naar Steunpunt Media, een aanspreekpunt en expertisecentrum voor alles wat met nieuws en media te maken heeft. In opdracht van de Vlaamse Overheid ze onderzoek naar nieuwsberichtgeving en mediawijsheid in Vlaanderen. Ik vraag naar cijfers over de meest besproken thematieken in de Vlaamse kranten- en televisieberichtgeving. Ik krijg deze cijfers.

**Midden april:** Ik heb al enkele hoofdstukken kunnen schrijven van mijn researchdossier. Ik stuur dit door naar mijn promotoren en krijg de versie met feedback een paar dagen later terug. Het is goeie feedback.

Ik beslis dat ik mijn bachelorproef pas zal indienen in tweede zit. Mijn examen Frans komt er aan en dat obstakel overbruggen is prioriteit. Mijn promotoren hebben begrip voor mijn beslissing.

**Mei 2015:** het schrijven van mijn researchdossier begint eindelijk te vlotten. Ik vind meer en meer bronnen en krijg ook een veel beter zicht op de volledige materie. Daardoor krijg ik ook nieuwe ideeën over hoe de materie aan te pakken en wat ervan te verwerken in mijn researchdossier. Ik heb echter nog altijd moeilijkheden met mijn journalistieke eindproduct. Ik vraag een consultatiemoment aan bij meneer Vermeulen.

**11 mei 2015:** Ik krijg antwoord van Wim Verhoeven, hoofdredacteur van Het Laatste Nieuws. Hij is bereid mee te werken en ik mag hem interviewen.

Ik stuur ook opnieuw een mail naar Algemeen Hoofdredacteur Kris Hoflack van VTM. Ik krijg dezelfde dag nog een positief antwoord. We spreken een camera interview af op dinsdag 9 juni om 11u30 op de redactie van VTM.

**12 mei 2015:** Ik opnieuw een e-mail naar Björn Soenens, hoofdredacteur van de nieuwdienst van de VRT. Deze keer krijg ik onmiddellijk antwoord. Het is positief. We een interview af op vrijdag 19 juni om 14u30 op de redactie van de VRT.

**1 Juni 2015:** Ik heb een consult bij meneer Vermeulen. We bespreken de stand van zaken en hij verschaft me nieuwe inzichten. Ik ga naar huis met een idee van hoe ik mijn reportage kan aanpakken. Het ziet er goed uit.

Ik kreeg ook contactgegevens van enkele fotografen. Eén daarvan is Bieke Corneillie van Het Laatste Nieuws. Via haar kan ik Stefaan Beels contacteren, een fotograaf bij Het Nieuwsblad. Hij doet fait-divers en moet dus regelmatig ongelukken en dergelijk fotograferen. Ik kan een interview met hem regelen voor donderdag 6 augustus 2015 bij hem thuis.

**2 juni 2015:** Na een hoop e-mailverkeer blijkt dat Wim Verhoeven uiteindelijk toch geen tijd kan vrijmaken voor een camera-interview. We spreken wel een telefonisch interview af op donderdag 5 juni.

**4 juni 2015:** Aangezien een interview voor de camera niet lukt met Wim Verhoeven, stuur ik een mail naar Liesbeth Van Impe, hoofdredacteur van Het Nieuwsblad. Hopelijk krijg ik een positief antwoord. Ik krijg onmiddellijk antwoord en mag haar interviewen op de redactie. We spreken af spreken af op donderdag 11 juni om 14u.

Ik stuur ook een e-mail naar Bart Pattyn, hoogleraar wijsbegeerte aan de Universiteit van Leuven. Ik hoop hem te kunnen interviewen over de ethische kwesties die gepaard gaan met het wel of niet publiceren van dramatische beelden.

**5 juni 2015:** Het telefonische interview met Wim Verhoeven van HLN duurt een uur en verloopt goed. Ik krijg veel nuttige informatie, handig voor toekomstige interviews.

**6 juni 2015:** Bart Pattyn wil meewerken. We spreken een datum af in zijn bureau in Leuven: Dinsdag 16 juni, 14 uur.

**9 juni 2015:** Het interview met Kris Hoflack verloopt goed. Ook dit duurt een uur. Daarna ben ik vrij om de redactie te filmen. Ik schiet hier waardevolle beelden voor mijn documentaire.

**11 juni 2015:** Het interview met Liesbeth Van Impe verloopt goed. Het interview duurt een klein uur. Ik mag ook de redactie filmen.

**16 juni 2015:** Het interview met Bart Pattyn verloopt stroef. Hij weet over wat hij praat maar is zeer abstract en vaak moeilijk te begrijpen en volgen. Ik stel verscheidene vragen op andere manieren, in de hoop een beter antwoord te krijgen.

**19 juni 2015:** Het interview met Björn Soenens verloopt goed. Achteraf ben ik vrij om de redactie te filmen. Ook hier schiet ik waardevolle beelden.

**Eind juni 2015:** Ik heb nu al verscheidene interviews gedaan. Ook met mijn researchdossier gaat het vlot vooruit. Het overgrote deel is al geschreven.

**7 juli 2015:** Hoofdredacteur Karel Verhoeven van De Standaard heeft na verscheidenen mails nog altijd niet geantwoord. Ik beslis hem te laten varen en stuur e-mails naar Lisbeth Imbo en An Goovaerts, hoofdredacteurs van De Morgen. Hopelijk wil één van hun zich laten interviewen.

**Midden juli 2015:** Ik werk verder aan mijn researchdossier en begin aan mijn persoonlijk verwerking. Ik leg ook de eerste hand aan mijn eindproduct. Ik besluit dat ik archiefbeelden nodig heb van Vlaamse nieuwsuitzendingen en stuur een e-mail naar het archief van de VRT. VTM blijkt geen archief te hebben dus stuur ik een mail naar de nieuwsdienst.

**17 juli 2015:** An Goovaerts van De Standaard antwoordt positief. Ik kan haar interviewen op 28 juli om 16u op de redactie van De Morgen.

**28 juli 2015:** Het interview met hoofdredactrice An Goovaerts van De Morgen verloopt goed. Ik is echter niet mijn beste dag en ik maak een paar lelijke fouten. De camerazak is opvallend in beeld tijdens het interview en ook is er in het raam achter mevrouw Goovaerts een weerspiegeling te zien van de pers.

**6 augustus 2015:** Het interview met Stefaan Beel, fotograaf bij onder ander Het Nieuwsblad, is goed gegaan. Hij was een moeilijke spreker maar wat hij zei was waardevol. Ook de dekkingsbeelden en foto's die hij me gaf zijn waardevol.

**7 augustus 2015:** Ik wil nog wat meer dekkingsbeeld hebben en neem contact op met enkele drukkerijen. Roularta in Roeselare wil niet meewerken. Ik mag wel de drukkerij van Corelio gaan filmen. We maken een afspraak maandag 10 augustus om 22u30 in de drukkerij in Groot-Bijgaarden.

**10 augustus 2015 en verder:** Het filmen van de drukkerij is goed verlopen. De mensen van de nachtploeg waren zeer vriendelijk en werkten met plezier mee.

**Periode tot 24 augustus 2015:** Ik werk mijn researchdossier volledig af en monteer mijn reportage.

# Conclusie

De laatste decennia is er een stijging in het gebruik van dramatische beelden in de nieuwsberichtgeving. Onderzoekers wijten dit grotendeels aan de groeiende concurrentiestrijd tussen nieuwsmedia, waarbij ze stellen dat het nieuws sensationeler wordt. Een andere belangrijke oorzaak is de technologische evolutie met bijvoorbeeld de uitvinding van het internet, smartphones en sociale media. Dramatische beelden worden om verschillende redenen gebruikt en de effecten ervan zijn divers.

Om nieuwsorganisaties, redacties en journalisten te helpen zijn deontologische codes voorhanden. Sommige redacties hebben hun eigen code maar de meeste maken gebruik van de code die is opgesteld door de Raad voor de Journalistiek. Wie deze code grondig leest merkt dat ze niet sluitend is. Het is zeker niet altijd makkelijk de afweging te maken tussen Artikel 1, het recht van het publiek om de waarheid te kennen en Artikel 23 en 24, het recht van een persoon op een respectvolle behandeling van zijn privésfeer en menselijke waardigheid. Fouten kunnen altijd gemaakt worden. Maar de deontologische code beslaat ook verre van alles. Het gaat eigenlijk enkel om dramatische beelden met menselijke schade of leed. Zelfs dan nog zijn er uitzonderingen waar dergelijke beelden wel gepubliceerd kunnen worden, zoals bij bekende personen of beelden met maatschappelijke relevantie. Zeer vaag allemaal en dat geeft de nieuwsredacties meer dan genoeg speelruimte.

Welke dramatische beelden de Vlaamse nieuwsredacties publiceren blijkt vaak ook een inschatting die ze met hun eigen DNA, van hun eigen nieuwsmedium maken. Je merkt hier het verschil tussen kwaliteits- en populaire kranten. Zo brengt Het Nieuwsblad bijvoorbeeld veel meer ongevallen dan De Morgen. Ze zullen dan ook sneller kiezen om een beeld van een zware botsing of geplooid fiets te tonen. Ook de openbare omroep VRT en de commerciële zender VTM is qua profiel te onderscheiden, hoewel ze dicht bij elkaar aanleunen. VTM-Nieuws brengt nog altijd meer zacht nieuws en zal dus ook iets vaker dramatische beelden tonen. Hoewel een inhoudsanalyse van beide journaals in hun gebruik van dramatische beelden pas echt uitsluitsel zou geven. Dergelijk onderzoek is echter nog nooit gevoerd. Ik hoop dat dit in de toekomst zeker nog gebeurt voor zowel kranten als televisie, want dat zou waardevol zijn.

Dit allemaal terzijde blijkt uit de interviews die ik voerde met de hoofdredacteurs van De Morgen, Het Nieuwsblad, De VRT en VTM dat de verschillende redacties vaak andere waarden voorop stellen. De eerste overwegingen van de VRT zijn de waardigheid van het individu, de nieuwswaarde en de verifieerbaarheid van de beelden. Voor de nieuwsredactie van VTM is relevantie het belangrijkste. De Morgen stelt nieuwswaarde, relevantie en privacy van de slachtoffers voorop. Het Nieuwsblad houdt

vooral rekening met haar lezers en de waardigheid van het slachtoffer. Beelden van dicht bij huis worden voorzichtiger behandeld door alle redacties, omdat rekening moet worden gehouden met nabestaanden. Geen enkele redactie maakt een onderscheid tussen amateur- en professionele beelden, ze worden op dezelfde manier behandeld.

Al het voorgaande zijn relevante bevindingen. Het belangrijkste staat er echter nog niet bij, hoewel ik het verscheidene keren in mijn researchdossier heb vermeld. Het kwam terug in al mijn interviews met de hoofdredacteuren en ook ondervond ik het zelf tijdens mijn vele uren aan research en het bestuderen van talrijke cases: welke dramatische beelden te publiceren of niet is geen exacte wetenschap. Er zijn geen tien geboden van wat wel en niet kan. De hoofdredacteuren herhaalden het keer op keer: je houdt altijd rekening met bepaalde dingen, maar uiteindelijk moet je iedere case, ieder beeld afzonderlijk gaan bekijken en telkens opnieuw de afweging maken. Dramatische beelden, zij het nu foto's of video's, zijn moeilijk in hokjes op te delen. Dit is de belangrijkste vaststelling in mijn bachelorproef. Ik startte hier namelijk aan met de overtuiging een eenduidig antwoord te vinden.

De weg naar het voltooien van dit eindwerk was er één van vallen en opstaan. Ik had al enige kennis van het onderwerp voor ik begon te schrijven en dacht dat alles min of meer op wieltjes zou lopen. Dat was een misvatting. Om te beginnen bleek het enorm moeilijk goeie bronnen te vinden waardoor het schrijven zeer moeizaam ging. Eenmaal ik vorderde, steeds meer las en telkens nieuwe relevante bronnen vond, zag ik naar verloop van tijd de bomen door het bos niet meer. Ik wist niet welke info te verwerken in mijn researchdossier en twijfelde ook vaak over de info die ik wel al had verwerkt. Ook dit vertraagde de vooruitgang.

Het is bovendien mijn eerste ervaring met een werkstuk van dergelijke omvang. Ik kon onmogelijk inschatten hoeveel tijd ik precies nodig ging hebben om het te voltooien. Toen ik merkte dat het schrijven maar moeizaam ging en de weken voorbijsnelden, nam paniek soms bezit van mij. Even in en uit blazen en terug aan het werk.

Er zijn nog enkele bemerkingsen die ik wil maken bij mijn researchdossier. Ik heb mooie kansen gemist. Ik heb mijn onderzoek beperkt tot de traditionele Vlaamse media en heb daarbij amper gesproken over hun online nieuwsdiensten. Nochtans zijn deze vandaag enorm belangrijk geworden, eigenlijk zelfs niet te negeren. Ook op vlak van het gebruik van dramatische beelden lijken de online websites interessant en belangrijk om te bespreken. Zijn er op [deredactie.be](http://deredactie.be) bijvoorbeeld andere criteria dan in Het Journaal wat betreft het tonen van dramatische beelden? Misschien is de vraag zelfs nog interessanter toegepast op kranten en hun online nieuwsdiensten, online kunnen ze namelijk met bewegend beeld werken.

Ook over recht wijd ik amper uit. Nochtans zijn er wetten die de keuzes van redacties wat betreft het tonen van dramatische beelden zeker kunnen beïnvloeden. Op het einde van de rit ben ik toch tevreden over mijn researchdossier. Ik heb vele uren gespendeerd aan lees-, denk- en schrijfwerk om tot het huidige geheel te komen.

Het onderzoek in een journalistieke reportage van tien minuten gieten was ook een enorme uitdaging. Ook hier was het een eerste keer. Ik was gewend korte nieuwsreportages te maken van een drietal minuten, maar nog nooit had ik een reportage moeten maken van dergelijke omvang. Toch leken die tien minuten uiteindelijk weinig. Ik had zo veel informatie, zo veel te vertellen en te tonen, dat alles in die tien minuten gieten waarschijnlijk het moeilijkste is wat ik ooit heb moeten doen. "Kill your darlings", drukken enkele docenten me al jaren op het hart. Nu weet ik pas echt wat ze daarmee bedoelen.

Ook het regelen van interviews en het filmen zelf bleek een grote uitdaging. De vele mails naar verschillende hoofdredacteurs, het regelmatig op en af gaan naar redacties en een drukkerij in Brussel en Antwerpen. Ook daar kroop veel tijd, geduld en werk in. Dat het me uiteindelijk is gelukt Björn Soenens (VRT), Kris Hoflack (VTM), Liesbeth Van Impe (Het Nieuwsblad) en An Goovaerts (De Morgen) te interviewen is iets waar ik trots op ben. Al moet ik toegeven dat ik ook hier fouten heb gemaakt, zowel in het in het filmen als in het interviewen zelf. Toen ik voor die ervaren journalisten zat, merkte ik dat ik nog veel te leren heb.

Het monteren van de reportage was uitdagend, maar waarschijnlijk het leukste aan mijn volledige eindwerk. Toch heb ik enkele keren opnieuw moeten beginnen, omdat ik niet tevreden was met de richting waar het uit ging. Ik wilde een goeie, impactvolle intro, een goed verhaal en vooral volledigheid en objectiviteit. De interviewees moesten goed in beeld komen en gelijkwaardig en eerbiedig behandeld worden in mijn reportage. Ik wou op geen enkele manier de indruk wekken een voor- of tegenstander te zijn van iemand. Ik hoop dat ik hierin ben geslaagd.

Het volledige proces van mijn bachelorproef, van begin tot einde, was de moeite waard en het hoogtepunt van mijn journalistieke inleiding. Geen twijfel mogelijk.



# Persbericht

**Dramatische beelden, ze zijn alomtegenwoordig in onze nieuwsberichtgeving. Ook in de Vlaamse traditionele nieuwsmedia. De grootste oorzaak is enerzijds een groeiende concurrentiestrijd waardoor meer sensationeel nieuws aan bod komt. Anderzijds een technologische evolutie (internet, sociale media, smartphones) die voor een overvloed aan (amateur)beelden zorgt waar de nieuwsmedia uit kunnen kiezen. De discussie welke beelden wel of niet gepubliceerd kunnen worden is zo oud als de straat en vlamt sinds de gruwelijke video's van de IS ook weer op. Toch is hier nog maar weinig onderzoek naar gedaan. Wanneer kunnen dramatische beelden gepubliceerd worden en wanneer niet? Wat zijn de overwegingen van de verschillende Vlaamse redacties om dergelijke beelden wel of niet te publiceren?**

Dit zijn de vragen die ik in mijn bachelorproef en bijhorende reportage tracht op te lossen. Mijn onderzoek begint met een literatuurstudie. Het gebruik van dramatische beelden werd hier onder de loep genomen, alsook de effecten ervan op het publiek. Ook journalistieke ethiek, deontologie en de Raad voor de Journalistiek werd onderzocht. Tenslotte werd het traditionele Vlaamse medialandschap bekeken en werden verschillende kranten en televisiezenders tegenover elkaar gezet. Om tot een conclusie te komen werd alle kennis uit de literatuurstudie gecombineerd met interviews met hoofdredacteurs van De Morgen, Het Nieuwsblad, de VRT en VTM.

In mijn reportage probeer ik het antwoord te formuleren aan de hand van de interviews met Björn Soenens (VRT), Kris Hoflack (VTM), Liesbeth Van Impe (Het Nieuwsblad) en An Goovaerts (De Morgen). Ook Stefaan Beel, fotograaf bij Het Nieuwsblad en Bart Pattyn, professor ethiek aan de Universiteit Leuven, laat ik aan het woord. Mijn reportage is voornamelijk gebouwd op enkele cases die er in besproken worden: MH17, de instorting van de fabriek in Bangladesh en de onthoofdingvideo van James Foley.

# Referentielijst

(2015). *Aanwezigheid belangrijkste thema's*.

Alimurung, G. (2014, juli 17). *Nick Ut's Napalm girl helped end the vietnam war. Today in L.A., he's still shooting*. Retrieved from Website van La Weekly: <http://www.laweekly.com/news/nick-uts-napalm-girl-helped-end-the-vietnam-war-today-in-la-hes-still-shooting-4861747>

Allan, S., & Thorsen, E. (2009). *Citizen Journalism: Global Perspectives (Global Crises and the Media)*. New York: Peter Lang Publishing .

Altheide, D. (2003). *Mass Media, Crime, and the Discourse of Fear*. Arizona State University.

Batziou, A. (2011). *Picturing Immigration: Photojournalistic Representation of Immigrants in Greek and Spanish Press*. Intellect.

Bersak, D. (2006). *Ethics In Photojournalism: Past, Present, and Future*. Massachusetts, V.S.

Bossens, E. (2014). *Rauwe realiteit of het publiek beschermen? De evaluatie en publiceerbaarheid van dramatische nieuwsfoto's volgens persoonlijkheidskenmerken*.

Campbell, D. (2004). *Horrific Blindness: Images of*. Taylor & Francis Ltd.

Campbell, D. (2004). *Horrific Blindness: Images of Death in Contemporary Media. Journal for Cultural Research*.

*Code van de Raad voor de Journalistiek*. (2013).

*Code van de Raad voor de Journalistiek*. (2013). Retrieved from Website van Rvdj: <http://www.rvdj.be/journalistieke-code>

Colin Sparks, J. T. (2000). *Tabloid Tales: Global Debates over Media Standards*. Rowman & Littlefield.

Cope, J., Fifrick, A., Holl, D., Martin, M., Nunnally, D., Preston, D., . . . Tedesco, A. (Unkown). *Image Impact in Print Media: A Study of How Pictures Influence News Consumers*. University of Oklahoma.

Cottle , S., & Nolan, D. (2007). *Global Humanitarianism and the Changing Aid-Media Field*. In *Journalism Studies Volume 8, Issue 6* (pp. 862-878).

De Bens, E., & Paulussen, S. (2005). *Hoe anders is de VRT? De performantie van de Vlaamse publieke omroep*. In *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap* (4).

De Cock, R., De Smedt, J., Reul, R., & Vacke, P. (2013). *Pers & slachtoffers rapport: Onderzoek in opdracht van de Vlaamse minister van Media en de Vlaamse minister van Welzijn*. Leuven: Steunpunt Media.

De Smedt, J., Anoeska, S., De Cock, R., d'Haenens, L., Reul, R., Ichau, E., . . . Wauters, E. (2013). *Slachtoffers in de media, ook slachtoffers van de media?* Steunpunt Media.

- De Smedt, J., Hooghe, M., & Walgrave, S. (2011). *Nieuwsmonitor 4: Vlaamse televisiejournals: het buitenland verdwijnt van de radar*. Steunpunt Media.
- De Verklaring der plichten en rechten van de journalist*. (1971). Retrieved from Website van Rvdj: <http://www.rvdj.be/node/62>
- Deontologie VRT*. (2014). Retrieved from Website van de VRT: <http://www.vrt.be/wie-zijn-we/werkingsprincipes/deontologie>
- Doran, B., & Burgess, M. (2012). What Causes Fear of Crime? In *Putting Fear of Crime on the Map* (pp. 25-50).
- Emma Hutchison, R. B. (2014). *Imaging Catastrophe: The Politics of Representing Humanitarian Crises*. Michele Acuto: Hurst & Co. (London) and Columbia University Press (New York).
- Evers, H. (1996). *Krant en kwaliteit. Verkenningen rond de onderzoekbaarheid van journalistiek*. Houten: Bohn Stafleu Van Loghum.
- Garofalo, J. (1981). The Fear of Crime: Causes and Consequences. In *Journal of Criminal Law and Criminology: volume 72* (pp. 839-857).
- Gioglio, J. (2014, Maart 08). *The power of visual storytelling*. Retrieved from <http://www.boston.com/>: [http://www.boston.com/business/blogs/global-business-hub/2014/03/the\\_power\\_of\\_vi.html](http://www.boston.com/business/blogs/global-business-hub/2014/03/the_power_of_vi.html)
- Graber, D. A. (1996). *Say it with Pictures: The Annals of the American Academy of Political and Social Science*.
- Grossman, D. (2009). *On killing: The psychological costs of learning to kill in War and Society*. New York: Back Bay Books.
- Hariman, R. (2002). Performing Civic Identity: The Iconic Photograph of the Flag Raising on Iwo Jima. In Routledge, *Quarterly Journal of Speech* (pp. 363-392). Retrieved from <http://www.irishtimes.com/opinion/an-irishman-s-diary-1.997135>
- Has news media desensitized consumers to graphic images?* (2011, juni 10). Retrieved from website van The University of Arizona: <http://web.sbs.arizona.edu/college/news/has-new-media-desensitized-consumers-graphic-images>
- Hawkins, V. (2002). The Other Side of the CNN Factor: the media and conflict. In *Journalism Studies Volume 3, Issue 2* (pp. 225-240).
- Hoflack, K. (2013, Februari 22). Media onder vuur: geen woorden maar daden. *De Morgen*.
- Hoijer, B. (2004). The discourse of global compassion: the audience and media reporting of human suffering. In *Media, Culture & Society 26(4)* (pp. 513-531). SAGE Publications.
- Houston, J. B., Pfefferbaum, B., & Rosenholtz, C. (2012). *Disaster News: Journalism & Mass Communication Quarterly*.

- Huesmann, L., Moise-Titus, J., Podolski, C.-L., & Eron, L. (2003). *Longitudinal Relations Between Children's Exposure to TV Violence and Their Aggressive and Violent Behavior in Young Adulthood: 1977–1992*. Developmental Psychology.
- Huxford, J. (2004). *Surveillance, Witnessing and Spectatorship: The News and the 'War of Images'*. Villanova University.
- Jansen, C. (1987). *Politiek en dagbladjournalistiek*. Muiderberg: Coutinho.
- Jaworski, A., Fitzgerald, R., & Constantinou, O. (2005). Busy saying nothing new: Live silence in TV reporting of 9/11. In *Multilingua: Journal of Cross-Cultural and Interlanguage Communication* (pp. 121-144). Berlin: Mouton de Gruyter.
- Journalistiek, R. v. (2012). *Code van de Raad voor de Journalistiek*. Retrieved from rvdj: <http://www.rvdj.be/journalistieke-code>
- Kari Andén-Papadopoulos, M. P. (2011). *Amateur Images and Global News*. Intellect Books.
- Keith, S., Schwalbe, C., & Silcock, W. (2006). Images in Ethics Codes in an Era of Violence and Tragedy. In *Journal of Mass Media Ethics, 21(4)* (pp. 245-264). Lawrence Erlbaum Associates, Inc..
- Kennedy, L. (2008). *Photojournalism and the Vietnam War*. Retrieved from <http://www.ucd.ie/>: <http://www.ucd.ie/photoconflict/histories/vietnamwarphotojournalism/>
- Klama, E., & Egan, V. (2011). The Big-Five, sense of control, mental health and fear of crime as contributory factors to attitudes towards punishment. In *Personality and Individual Differences 51* (pp. 613-617).
- Kobré, K. (2004). *Photojournalism: The Professionals' Approach*. Focal Press.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2001). *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. Three Rivers Press.
- Leferink, S., & Sessink, M. (2009). *Publiek bezit: Een onderzoek naar berichtgeving over slachtoffers in de media*. Utrecht: Slachtofferhulp Nederland.
- Lester, P. (1991). *Photojournalism: An Ethical Approach*. Erlbaum.
- Lippmann, W. (1922). *Public Opinion*.
- Manssens, J., & Walgrave, S. (1998). *Populair en/of kwaliteit? De Vlaamse pers over de zaak-Dutroux*. Antwerpen: UIA. Departement politieke en sociale wetenschappen.
- Martinengo, A. (2013). From the Linguistic Turn to the Pictorial Turn — Hermeneutics Facing the 'Third Copernican Revolution'. In *Proceedings of the European Society for Aesthetics (5)* (pp. 302-312).
- McCombs, M. (2004). *Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion*. United States: Polity Press.

- Meyrowitz, J. (1986). *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. Oxford University Press.
- Morgan, M., & Shanahan, J. (2010). The State of Cultivation. In *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. Boston University: Routledge.
- Murphy, J., Ward, S., & Aine, D. (2006). Ethical Ideals in Journalism: Civic Uplift or Telling the Truth? In *Journal of Mass Media Ethics* 21. Routledge.
- Nuijten, K. H. (2007). *Over competitie in de televisienieuwsmarkt en sensationeel nieuws als publiekstrekker: het Nederlandse televisienieuws in de periode 1980-2004*.
- Paik, H. (1994). *The Effects of Television Violence on Antisocial Behavior: A Meta-Analysis*.
- Peeren, B. &. (2003). *Nieuws, democratie en burgerschap. Onderzoek over hedendaags nieuwsmedia*. Gent: Academia Press Wetenschappelijke Uitgeverij.
- Perlmutter, D. D. (2005). Photojournalism and Foreign Affairs. In D. D. Perlmutter, *Photojournalism and Foreign Affairs* (pp. 109-122). The magazine publisher.
- Posetti, J. (2014, Augustus 08). *Is Social Media to Blame for the Increase of Graphic Images in Media?* Retrieved from <http://www.pbs.org/>: <http://www.pbs.org/mediashift/2014/08/is-social-media-to-blame-for-the-increase-in-graphic-images-in-media/>
- Posetti, J. (2014, augustus 8). *Is Social Media to Blame for the Increase of Graphic Images in Media?* Retrieved from <http://www.pbs.org/>: <http://www.pbs.org/mediashift/2014/08/is-social-media-to-blame-for-the-increase-in-graphic-images-in-media/>
- Richtlijn over de omgang van de pers met slachtoffers*. (2003). Retrieved from <http://www.rvdj.be/>: [http://www.rvdj.be/sites/default/files/pdf/2003\\_11\\_omgang\\_slachtoffers.pdf](http://www.rvdj.be/sites/default/files/pdf/2003_11_omgang_slachtoffers.pdf)
- Rvdj. (n.d.). *Journalistieke code*. Retrieved from <http://www.rvdj.be/>: <http://www.rvdj.be/journalistieke-code>
- Sachsman, D., & Bulla, D. (2013). *Sensationalism: Murder, Mayhem, Mudslinging, Scandals, and Disasters in 19th-Century Reporting*. Transaction Publishers.
- Schwalbe, C. (2005). *The Bloody Lens: A Bibliographic Essay on Ethical Concerns Related to Shocking Images of Violence and Tragedy*. San Antonio.
- Shanahan, J., & Morgan, M. (1999). *Television and its Viewers: Cultivation Theory and Research*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sinardet, D., De Swert, K., & Dandoy, R. (2004). *Franstalig, Vlaams, commercieel, openbaar: zoek de verschillen: Een longitudinale vergelijking van de thema's in de Belgische televisiejournals*. Antwerpen: UIA. Departement politieke en sociale wetenschappen.
- Singer, J. B. (2008). The Journalist in the Network: A Shifting Rationale for the Gatekeeping Role and the Objectivity Norm. Barcelona: Tripodos.

- Sontag, S. (2002, December 09). Looking at War: A Photography's view of Devastation and Death. *The New Yorker*.
- Sontag, S. (2003). *Regarding the Pain of Others*. Farrar, Straus and Giroux.
- Sparks, G., & Ogles, R. (1990). The difference between fear of victimization and the probability of being victimized: Implications for cultivation. In *Journal of Broadcasting and Electronic Media* (pp. 351-358).
- Stafford, T. (2014, juli 29). *Psychology: Why bad news dominates the headlines*. Retrieved from <http://www.bbc.com>: <http://www.bbc.com/future/story/20140728-why-is-all-the-news-bad>
- Steele, R. (1987). Video ethics: The dilemma of value balancing. In *Journal of Mass Media Ethics: Exploring Questions of Media Morality (2)* (pp. 7-17).
- Steinberg, B. (2014, september 3). TV-News Outlets Grapple With How To Report On Grisly ISIS Videos. *Variety*.
- Steunpunt-Media. (2013). *Pers & slachtoffers: Rapport*.
- Taylor, J. (1998). *Body Horror: Photojournalism, Catastrophe and War*. Manchester University Press.
- The Murder of Emmett Till*. (n.d.). Retrieved from Website van The Library of Congress: <http://www.loc.gov/collections/civil-rights-history-project/articles-and-essays/murder-of-emmett-till/>
- Tony Harcup, D. O. (2001). *What Is News? Galtung and Ruge revisited*. Routledge.
- van der Molen, J. H. (2004). Violence and Suffering in Television News: Toward a Broader Conception of Harmful Television Content for Children. In *Pediatrics Volume 113, No. 6* (pp. 1771-1775).
- Van Staden, M., & Rinzema, G. (2011). *Platform: in beeld*. Nederland: Ministerie Algemene Zaken Nederland.
- Vandenhende, M. (2010). *Tabloidisering van het politieke nieuws op televisie. Een vergelijkende analyse van het VRT-Journaal en het VTM-Nieuws*. Gent: Universiteit Gent, Faculteit Politieke en Sociale Wetenschappen.
- Verhoef, F. (2014, Januari 3). Fox News best bekeken nieuwszender; CNN op dieptepunt. *HP De Tijd*.
- Voets, F. (2013, Februari 26). Ook hoofdredacties moeten hun rol spelen. *De Morgen*.
- Zarzycka, M. (2015). Showing Corpses: Images of the Dead in War Reporting.
- Zinzen, W. (2015, februari 5). Tonen we de beelden van IS? *MO*. Retrieved from MO: <http://www.mo.be/opinie/brandend-actueel-tonen-we-de-beelden>
- Zwaan, M. d. (2003). *Geen beelden, geen nieuws - Beeldbeperkingen in oud en nieuw auteursrecht*. Otto Cramwinckel Uitgever.

# Bijlagen

**Bijlage 1: Code van de Raad voor de Journalistiek**

# Bijlage 1: Code van de Raad voor de Journalistiek

## Code van de Raad voor de Journalistiek

*Goedgekeurd door de VZW Vereniging van de Raad voor de Journalistiek op 20 september 2010*

*Aangevuld door de VZW Vereniging van de Raad voor de Journalistiek op 23 april 2012 en op 16 december 2013*

### **BEGINSELEN**

Het recht op informatie en vrije meningsuiting is een fundamenteel mensenrecht en een essentiële voorwaarde voor een democratische samenleving.

De pers heeft het recht en de plicht om het publiek te informeren over zaken van maatschappelijk belang.

Het recht van het publiek om de feiten en de opinies te kennen bepaalt de journalistieke vrijheid en verantwoordelijkheid.

De verantwoordelijkheid van de journalist tegenover het publiek veronderstelt een maximale vrijheid en heeft voorrang op zijn verantwoordelijkheid tegenover zijn werkgever en die tegenover de overheid.

De journalist legt zich daarbij normen op, die volgen uit het respect voor andere fundamentele mensenrechten. Die normen vloeien voort uit zijn plicht om (I) waarheidsgetrouw te berichten, (II) onafhankelijk informatie te garen en te verstrekken, (III) fair op te treden en (IV) respect te betonen voor het privéleven en de menselijke waardigheid.

De journalist kan van sommige bepalingen van deze code afwijken als een voldoende gewichtig maatschappelijk belang dat vereist en de informatie niet op een andere manier kan gebracht worden. De bepalingen waarop deze afwijking van toepassing is, worden hierna aangeduid met (\*).

Een aantal bepalingen van deze code worden aangevuld met concrete richtlijnen, die als bijlage bij de code worden gevoegd. Deze bepalingen worden hierna aangeduid met (►).

### **I. - WAARHEIDSGETROUW BERICHTEN**

**1.** – De journalist bericht waarheidsgetrouw. Dit vloeit voort uit het recht van het publiek om de waarheid te kennen.

**2.** – De journalist publiceert alleen informatie waarvan de oorsprong hem gekend is. De journalist checkt de waarachtigheid van de informatie. In de mate van het mogelijke, en voor zover dit relevant is, maakt hij de bron van zijn informatie bekend.

**3.** – De journalist schraapt of verdraait geen essentiële informatie in teksten, beelden, klankfragmenten of andere documenten. Bij het verwerken van vraaggesprekken geeft hij de verklaringen van de geïnterviewde getrouw weer en respecteert hij de geest van het gesprek.

►

**4.** – De journalist maakt voldoende het onderscheid tussen zijn feitelijke berichtgeving en zijn commentaar duidelijk voor het publiek.

In zijn berichtgeving maakt de journalist het onderscheid tussen feiten, veronderstellingen, beweringen, en opinies duidelijk voor het publiek.



5. – De journalist zet loyaal de relevante feitelijke informatie recht die hij onjuist weergegeven had.

6. – De journalist verleent desgevraagd loyaal een wederwoord om relevante feitelijke informatie recht te zetten of aan te vullen. Een vraag om wederwoord kan enkel om ernstige redenen afgewezen worden.

## **II. - ONAFHANKELIJK INFORMEREN**

7. – De journalist en zijn redactie genieten een maximale vrijheid van informatie, van commentaar en van kritiek, en zij oefenen die in verantwoordelijkheid uit.

8. – Als auteur van een opiniebijdrage, een column of cartoon geniet de journalist een grotere mate van vrijheid om zijn mening te geven en om conclusies te trekken uit de feiten dan in zijn feitelijke berichtgeving.

9. – De journalist en zijn redactie bewaren hun onafhankelijkheid en weren elke druk. De journalist aanvaardt slechts redactionele richtlijnen van de redactieverantwoordelijken. De journalist heeft het recht om opdrachten die niet stroken met de journalistieke ethiek te weigeren.



10. – De journalist vermijdt belangenvermenging met personen of organisaties waarmee hij beroepshalve in contact komt.

11. – De journalist leent zich niet tot reclame of propaganda en laat zich niet onder druk zetten door adverteerders of door belanghebbenden bij de informatie.

Reclameboodschappen en ingezonden mededelingen worden zodanig gebracht dat de lezer, kijker en luisteraar ze niet kan verwarren met de eigen berichtgeving.

12. – De journalist neemt geen voordeel in ontvangst dat zijn onafhankelijkheid in gevaar brengt.

13. – De journalist gebruikt financiële informatie, waarvan hij kennis heeft en voordat die aan het publiek openbaar is gemaakt, niet in zijn eigen belang of dat van zijn omgeving. De journalist onthoudt zich van elke vorm van misbruik van voorkennis en marktmanipulatie.



14. – Het staat de redactie vrij ingezonden brieven en andere reacties van een naschrift te voorzien of niet te plaatsen. Wijziging en inkorting zijn toegestaan zolang de inhoudelijke essentie en de toonzetting behouden blijven.

De redactie beheert in volle onafhankelijkheid haar webforums en draagt de verantwoordelijkheid voor dit beheer.



## **III. - FAIR PLAY**

15. – De journalist gebruikt loyale methodes om informatie, foto's, beelden en documenten te verkrijgen of te verwerken.\*

De journalist maakt geen misbruik van zijn hoedanigheid, in het bijzonder ten aanzien van mensen in een maatschappelijk kwetsbare situatie zoals minderjarigen, slachtoffers van criminaliteit, rampen en ongevallen, en hun familie.

16. – Voor informatie wordt niet betaald\*. Enkel voor de exclusiviteit van beeldmateriaal of interviews kan worden betaald op voorwaarde dat dit de vrije nieuwsgaring niet in het gedrang brengt.

17. – Bij het vergaren van informatie maakt de journalist zichzelf en het doel van zijn optreden bekend.\*



18. – De journalist pleegt geen plagiaat.

19. – De journalist beschermt de identiteit van zijn bronnen aan wie hij vertrouwelijkheid heeft toegezegd, en van bronnen van wie hij wist of moest weten dat zij hem informatie hebben toegespeeld in de verwachting dat hij hun identiteit niet zou onthullen.\*

20. – Wanneer een journalist in zijn berichtgeving zelf ernstige beschuldigingen uit, met name wanneer die de eer en de goede naam betreffen, is het aangewezen dat hij de betrokkene voor de publicatie of de uitzending contacteert en hem loyaal de kans biedt hierop te reageren.\*

21. – De journalist maakt met bronnen of andere gesprekspartners geen afspraken die zijn onafhankelijkheid in het gedrang brengen. Maar gemaakte afspraken moeten wel worden nageleefd, met name wanneer het gaat over het noemen van namen of de voorinzage van teksten. Precies om die reden moeten afspraken ook duidelijk en ondubbelzinnig zijn.



#### **IV. - RESPECT VOOR HET PRIVELEVEN EN DE MENSELIJKE WAARDIGHEID**

22. – De journalist houdt rekening met de rechten van eenieder die in de berichtgeving voorkomt. Hij weegt die rechten af tegenover het maatschappelijk belang van de informatie.



23. – De journalist respecteert het privéleven van personen en tast het niet verder aan dan noodzakelijk in het maatschappelijk belang van de berichtgeving.

De journalist gaat in het bijzonder omzichtig om met mensen in een maatschappelijk kwetsbare situatie, zoals minderjarigen, slachtoffers van criminaliteit, rampen en ongevallen, en hun familie.



24. – De journalist respecteert de menselijke waardigheid en tast ze niet verder aan dan noodzakelijk is in het maatschappelijk belang van de berichtgeving.

De journalist vermijdt overdrijving bij het vrijgeven van beelden en/of details, ook wanneer de feiten de publieke opinie sterk beroeren.



**25.** – De journalist uit geen ongegronde verdachtmakingen of beschuldigingen.

**26.** – De journalist respecteert het leed van slachtoffers en hun omgeving en bij zijn nieuwsgaring dringt hij zich niet ongepast op.

**27.** – De journalist die persoonlijkheidskenmerken vermeldt zoals etnische oorsprong, huidskleur, seksuele geaardheid vermijdt stereotypering, veralgemening en overdrijving, en zet niet aan tot discriminatie.