

Van: indymedia <info@indymedia.be>

Aan: news@lists.indymedia.be

Datum: 10/07/2008 10:59 AM

Onderwerp: [indymedia.be] Vakbondsacties voor meer koopkracht | Nieuwe crisis ? | Reclame op indymedia



Indymedia.be wil zijn **lezers niet verkopen** aan de reclame-industrie. Wij zien onze lezers en medewerkers niet als een product dat we aanbieden aan adverteerders.

[[Word steungever](#)]

[Overal in het land vakbondsacties voor meer koopkracht](#)

In heel het land voeren de vakbonden actie voor meer koopkracht. Treinen en bussen rijden niet en in veel bedrijven wordt het werk neergelegd of gesensibiliseerd. De vakbonden verwachten van de regering dat er maatregelen genomen worden om de koopkracht te verhogen.

- [Volledig overzicht](#)
- Video's: [Electrabel Antwerpen](#) | [VBO Brussel](#)

[Vredesweek 2008: "Word vredesjournalist!"](#)

Thema van de Vredesweek 2008 was Media en Vrede. Indymedia.be bedacht een quiz en verzamelde tien tips voor de vredesjournalist.

- [Lees meer](#)
- [Vredesweekquiz](#)

[Op naar een nieuwe crisis?](#)

Voor de vierde keer al dit jaar happen de financiële markten naar adem. De beurskoersen zakken, banken gaan over kop, de paniek regeert. Autoriteiten in de V.S en Europa lanceren een reeks grote reddingsplannen.

- [Alle opinies en analyses](#)

[De wooncrisis twee weken in de kijker](#)

Van 5 tot 17 oktober organiseert het Ministerie van de Wooncrisis in het hele land acties om maatregelen te eisen tegen de nijpende woningnood. Het startschot werd gegeven met een optocht in Brussel, waar het Gesu-klooster even werd herbezet.

- [Lees meer](#)
 - [\[Video\] Gesu-klooster](#)
 - [\[Video\] Twee vrouwen getuigen](#)
-

[De Week van de Vervoering in beeld](#)

De Week van de Vervoering wou zoveel mogelijk mensen stimuleren om de auto te ruilen voor een alternatief vervoermiddel. Een week lang waren er in verschillende steden acties en evenementen. Hoogtepunt was de Autoloze Zondag.

- [Alle reportages](#)
-

[Media blog](#)

- [Workshop: 'Notitietechniek voor journalisten'](#)
- [De Republikeinen en YouTube](#)
- [Brief aan Mevrouw Metro](#)
- [Journalist Award 2008](#)
- [Bedenkingen van een deelnemer van het ESF in Malmö](#)

[Media blog](#)

[StampMedia: jongeren aan het woord](#)

StampMedia wil de berichtgeving over jongeren corrigeren en hen vooral zelf aan het woord laten. StampMedia is het eerste persagentschap in Vlaanderen dat een stem geeft aan jongeren in de media. Lees hun reportages op Indymedia.be!

- [Alle reportages](#)
-

[Indymedia.be stelt voor: boek over burgermedia](#)

Burgermedia: opmars, ervaringen, bedenkingen. Dat is de titel van een nieuw boek waarmee Indymedia.be het debat over het fenomeen burgermedia wil kruiden. Het bevat bijdragen van journalisten als Pol Deltour, Walter Zinzen en Walter Pauli en experts als Nico Carpentier (VUB) en Bart Cammaerts. Van de burgermedia komt naast Indymedia.be en Radio Centraal de community-website van Vooruit aan bod. [Je kan het boek hier bestellen](#). Het boek werd voorgesteld op de opendeurdag van Indymedia.be.

Overzicht van de recensies, reacties en andere persaandacht voor 'Burgermedia | Opmars, ervaringen, bedenkingen'.

Knack, 27/03/2008

[Broodnijd in de perszaal](#)

door Karl van den Broeck

Radio 1, Het Vrije Woord, 24/03/2008

[Interview met mediasocioloog Nico Carpentier \(VUB\)](#)

door Karel van Dinter

Veto, 09/03/2008

[Burgermedia in opmars: "Journalisten moeten niet als cowboys schieten"](#)

door An Moerenhout & Ide Smets

Wikinews, 18/02/2008

[Belgian Indymedians discuss participatory journalism at open door day](#)

door Michaël Laurent

Dankzij onze steungevers staat hier GEEN RECLAME

Indymedia.be wil zijn **lezers niet verkopen** aan de reclame-industrie. Wij zien onze lezers en medewerkers niet als een product dat we aanbieden aan adverteerders. Indymedia.be wil haar lezers **infomer**en en die lezers zoveel mogelijk **betrekken** bij het maken, verwerken en begrijpen van wat er in de wereld gebeurt. Bovendien blijkt steeds opnieuw dat reclame een negatieve invloed heeft:

- [Reclame heeft desastreuze impact op armste consumenten](#)
- [Seksualisering in de reclame maakt tienermeisjes ziek](#)
- [Reclame zet ons aan tot een ecologisch onhoudbare overconsumptie](#)
- [Kinderreclame: 'tijd om de beleidsmakers voor hun verantwoordelijkheid te plaatsen'](#)

Indymedia.be groeide van enkele tientallen bezoekers per dag naar een website die elke maand 80.000 tot 90.000 verschillende mensen bereikt. We begonnen eraan met een handvol vaste medewerkers en correspondenten. Dat zijn er ondertussen meer dan 120 geworden.

Dat kan enkel doordat we **steun** krijgen van **onze lezers**. Media maken kost geld, heel veel geld zelfs: servers, videocamera's, computers, huur van lokalen, ... Het kost allemaal handenvol geld.

Wat krijg ik in de plaats?

Omdat we maar al te goed beseffen dat we enkel dankzij onze steungevers kunnen blijven bestaan en groeien, willen we die steungevers naast onze website iets extra aanbieden:

- Elke nieuwe steungever krijgt van ons een exemplaar van het handboek ['Media-activisme'](#) toegestuurd (in de betere boekhandel te koop voor € 17).
- Vanaf € 5 per maand krijg je ook onze [media reader](#) toegestuurd.
- Vanaf € 10 per maand krijg je daar bovenop nog een T-shirt van Indymedia.be toegestuurd.
- [Ja, ik wil Indymedia.be redden en word steungever.](#)
- [Ik twijfel nog en heb toch nog enkele vragen.](#)

Uitschrijven: info@indymedia.be (met titel: uitschrijven)