

**Van:** PALA - THEMABRIEF <noreply@globalsociety.be>  
**Aan:** ISG Amsab <veerle.solia@amsab.be>  
**Datum:** 04/02/2009 10:52 AM  
**Onderwerp:** PALA 71 - 2 april 2009 <br>Media brengen slecht nieuws

# PALA 71 - 2 april 2009

## Media brengen slecht nieuws

[klik hier](#) om gratis in te schrijven op PALA

### Inhoud

Inleiding - Wat brengt de toekomst voor de media en voor PALA?

PALA 71 - Media brengen slecht nieuws

VIA PALA

Nieuwe BOEKEN

Nieuwe DVD - Het mondiale uitzendkantoor

VAN EILAND TOT  
WERELD. Appèl voor een  
menselijke samenleving  
[klik hier](#) voor info en  
bestellen

---

Wereld in Beeld  
[klik hier](#) voor nieuwe DVD  
met 8 web-tv-reportages  
over onze globaliserende  
wereld

---

Landenboeken  
voor wie degelijke  
informatie zoekt  
over ruim 60 landen  
[Klik hier om kennis te  
maken en te bestellen.](#)

---

### Inleiding

## Wat brengt de toekomst voor de media en voor PALA?

Is het verstandig om voor degelijke media bijna volledig te vertrouwen op privébedrijven die in de eerste plaats winst willen maken? We doen dat toch ook niet voor onderwijs of cultuur, zoals de mensen van Indymedia terecht opmerken in hun nieuwe boek (zie ook verder in deze brief). PALA 71 zoomt in op de mediacrisis die al lang woekert maar acuter wordt door de economische crisis. En we zoeken naar

Aanbod Pala-lezers  
Klik [hier](#) voor een  
abonnement van 2 jaar  
op het mondiaal magazine  
MO\* voor slechts 44 €  
i.p.v. 54 € plus boek als  
welkomstgeschenk, enkel  
geldig via PALA

---

**uitwegen. Enkele media zagen deze opinie niet meteen zitten, één krant beloofde te publiceren maar deed dat nog niet. We blijven proberen, maar gelukkig is er PALA. Stuur deze editie gerust door - iedereen mag toch weten wat er aan de hand is met de media?**

Zoeken naar een landbouw die de boeren laat leven en alle mensen te eten geeft.

[boek - klik voor info en bestellen](#)

---

dvd - vhs  
Klik [hier](#) om te bestellen

---

Atlas  
De wereld NU in kaart  
[... bestel hier](#)

---

Peacevlag  
[Klik hier om te bestellen](#)

---

[bestel hier](#)

---

Het Gezicht van de  
Honger &  
Nieuwe Gezichten  
2 films op één dvd. Hoe  
honger toeslaat in een  
Afrikaans dorp.  
En over wat te doen.  
[Klik hier om kennis te maken en te bestellen.](#)

---

Diepgravend werk over de  
ecologische ravages die  
de globalisering aanricht,  
over de rampkoers die de  
mensen varen met hun  
ruimteschip aarde en over  
de uitwegen.  
[... bestel hier](#)

---

Intussen bereiken we met PALA 30.000 abonnees, een aantal dat blijft groeien. En we vragen ons af hoe we in deze mediacrisis best onze verantwoordelijkheid kunnen nemen. In de klassieke media blijft de belangstelling voor hoe onze wereld eraan toe is ondermaats. Nog minder is er aandacht voor de vragen waar het naartoe moet, en hoe we daar dan geraken. We moeten dus nog meer en nog beter berichten, en daar meer mensen mee bereiken.

We zullen dat doen met PALA. En we onderzoeken of het niet nog beter kan in samenwerking met anderen. Nu vele klassieke media ons in de steek laten, is er dringend nood aan nieuwe onafhankelijke media die een betrouwbaar kompas zijn voor hun lezers, kijkers en luisteraars. Het internet biedt ons die kans om een nieuwe 21ste eeuwse 'krant' te maken, een 'journaal' voor een sociaalecologische en democratische samenleving.

Dé sleutel om tot zulke media te komen, ligt voor een heel groot deel bij de mediagebruikers, onder andere bij u die deze PALA leest.

Want PALA is gratis en haalt zijn weinige inkomsten uit de verkoop van boeken en dvd's die we de moeite waard vinden, uit advertenties en enkele schaarse giften. Dat volstaat voor wat we nu doen. Maar dat is niet genoeg om het sterke medium te maken dat ons voor ogen staat, zeker niet om de stielkennis en vakbekwaamheid van degelijke journalistiek aanvaardbaar te vergoeden. De cruciale kwestie is het economische: degelijke media hebben inkomsten nodig om goed te kunnen werken.

Van waar zou het geld kunnen komen? Wel, van subsidies en overheidsadvertenties... dat is niet zo onlogisch maar daar zijn we allerm minst zeker van en je bent er in elk geval best niet al te afhankelijk van. Uit verkoop en advertenties dan? Wanneer wat men verkoopt waardevol is en die advertenties mee vorm geven aan een duurzame en sociale economie, is daar weinig op tegen. Maar vergeet dat dit op zichzelf genoeg oplevert, en ook hier blijft het opletten voor te grote afhankelijkheid. Nog een mogelijkheid, sponsors die de noodzaak van onafhankelijke media inzien? Dat zou moeten, we proberen ze te vinden en te overtuigen. Vanzelfsprekend is het echter niet.

Zo belanden we ook bij u. Want een medium dat in de eerste plaats kan rekenen op zijn lezers en lezeressen is er het best aan toe.

**Vandaar deze vraag aan u?**

Wanneer wij een krachtig nieuw online medium maken - met o.a. website en nieuwsbrief - dat dagelijks berichtgeving en duiding brengt over wat echt belangrijk is, wat is dat dan waard voor u? Bedenk even hoeveel u nu uitgeeft aan allerlei media. Overweeg hoe geïnformeerd u zich daarmee voelt. En vertel ons dan hoeveel u maandelijks zou willen geven voor een online medium dat elke dag mikt op wat we echt wel moeten weten om goed geïnformeerde burgers in een democratie te zijn.

Er is nog een extra voordeel voor donateurs want jullie zullen kunnen rekenen op kortingen in onze winkel.

[Klik hier](#) om te antwoorden.

Alvast dank om ons te helpen inschatten hoe enthousiast de PALA lezers zijn om de nieuwe media te creëren die we allemaal nodig hebben.

.

Voor Global Society  
Jan Rutgeerts

.

Samengevat, onze vraag aan u:

*Wanneer wij een krachtig nieuw online medium maken - met o.a. website en nieuwsbrief - dat dagelijks berichtgeving en duiding brengt over wat echt belangrijk is, wat is dat dan waard voor u?*

[Klik hier](#) om te antwoorden.

---

.

**MEDIA BRENGEN SLECHT NIEUWS**

.

*We hebben er een crisis bij. Wat sommigen al meer dan tien jaar zien aankomen, kan niet langer worden ontkend: we zitten midden in een scherpe mediacrisis. In vele landen misbruiken tal van winstgevendende concerns de economische crisis om hun 'te dure' journalisten op straat te gooien, om de prijzen voor fotografen te halveren en in het algemeen hun freelancers uit te persen, om hun redacteurs als in legbatterijen - soms op industriële terreinen ondergebracht - tot maximale knip- en plakproductiviteit en winstgevendheid te drijven. Op vele redacties blijkt nu overduidelijk dat journalisten in een versneld tempo de zeggenschap over hun job en over hun media zijn kwijtgespeeld. Wat te denken van journalisten die na soms 20 jaar trouwe dienst van dag op dag worden ontslagen en, zonder zelfs maar tijd te*

De mensen die zorgen voor ons eten worden daar zelf arm van. Ze strijden voor een duurzame landbouw.

[DVD - Klik hier om kennis te maken en te bestellen.](#)

China en Azië worden na twee eeuwen opnieuw het kerngebied van de wereldeconomie.

Voor al wie de huidige Aziatische opgang wil begrijpen.

[... bestel hier](#)

[Klik hier om kennis te maken en te bestellen.](#)

Het verhaal van de groeiende antiglobaliseringsbeweging die zich verzet tegen een wereld waarin een volledig losgeslagen economie de armoede en ongelijkheid verhoogt, het milieu vernietigt en de democratie vertrappt. Klik [hier](#) om te bestellen

Klik [hier](#) voor het bestellen van de praktische gids voor jongeren van 14 tot 104 jaar die je zonder omwegen de weg toont naar een andere wereld. Met cartoons van Bart Van Tieghem.

*krijgen om hun rijke archief van jaren te mogen meenemen, onder begeleiding van veiligheidspersoneel 'hun blad' moeten verlaten. U weet dat niet? Natuurlijk niet, dat stond niet in de krant.*

Klik [hier](#) om kennis te maken en te bestellen

---

### **Wat is hier aan de hand?**

'Meer dan ooit is voor de massamedia ook nieuws koopwaar geworden. De grote verliezer daarbij is de journalistieke selectie van wat nieuws is en de journalistieke aanpak van de duiding. Die duiding kwijnt zelfs weg en erger nog, de zoektocht naar de waarheid wordt opgeofferd aan snelheid en commercie.' Die woorden uit '*Ik wil niet sterven aan de 20ste eeuw*' zijn exact tien jaar oud en massamedia onderstrepen steeds sterker dat dit echt geen slogan is. Later volgde de toevoeging: media dansen al lang op het snijvlak van cultuur en economie, en het is niet makkelijk een evenwicht te vinden tussen die twee. Vanzelfsprekend moeten ook media zwarte resultaatcijfers schrijven maar het is overduidelijk dat het economische overweegt en domineert. "Verkoopt het?", "Is het sexy?", dat zijn de vragen die worden gesteld, dat is het taaltje dat wordt gebruikt. Illustratief is dat vele 'hoofddirecteuren' in de directies zitten, en niet meer 'de eerste journalist' zijn, ze zijn van kamp gewisseld en verdedigen niet langer hun redacties en hun medium. Als ze dan beweren dat ze met minder journalisten een betere krant kunnen maken, is elke waarheid onvindbaar: of moeten we misschien aannemen dat ze tot dan zo onbekwaam waren dat ze met méér journalisten een sléchtere krant maakten? Al even revelerend is dat echte hoofddirecteuren, zelfs van de meest gezaghebbende kranten, riskeren aan de kant te worden geschoven. Of dat bij een conflict de hoofddirecteur wordt ontslagen en zeker niet de verkoopsmanager. Kijk ook eens hoeveel onafhankelijke media in het web van al te grote mediaconcerns en al te machtige media-eigenaars belanden. Tekenend en triest is hoe journalistieke kennis en ervaring allerm minst op prijs worden gesteld en hoe journalisten steeds minder te zeggen hebben op hun redacties.

Vredesboek  
[... bestel hier](#)

---

Educatief gezelschapsspel  
De straatkinderen van  
Verwegistan  
[... bestel hier](#)

---

**Trek geen overhaaste conclusies.** Vele journalisten beseffen wel degelijk dat het anders en beter moet, velen proberen dat ook met alle macht, alleen botsen ze op journalistieke en mediabazen die hen hun werk niet laten doen, en hen nu zelfs als grof vuil op straat zetten. Wat journalisten in het algemeen wel aan te rekenen valt, en wat ze vooral zichzelf moeten verwijten, is dat ze - veel meer nog dan de meeste andere beroepsgroepen - slachtoffer zijn van hun individualisme. Dat is voor hun journalistiek werk meestal een goede eigenschap. Maar als werknemers van mediabedrijven waarin de macht steeds verder van hen wegglijdt ondergraaft het gebrek aan collectief optreden zowel hun job als het algemene belang van een onafhankelijke, degelijke journalistiek.'

Het is ironisch dat berichtgeving over maatschappelijke conflicten en de analyse van de machtsverhoudingen daarachter vandaag

allerminst de sterkste kant is van media. Zou het kunnen dat vele journalisten niet hebben beseft hoe hun greep op hun media erodeerde? Dat ze niet zagen aankomen hoe hun eigen positie in geval van conflict wel heel zwak werd? Feit is dat in vele andere bedrijven werknemers niet zo met hun voeten laten spelen. Het gebrek aan solidariteit en syndicale kracht dreigt nu zuur op te breken.

**Zijn er uitwegen?** Zeker, zelfs meer dan één. In het boek '*Van eiland tot wereld. Appèl voor een menselijke samenleving*' vullen ze een half hoofdstuk, hier alvast een kleine greep.

Op welke redactie ze ook werken, journalisten moeten hun deontologische plichten naleven, te beginnen met de waarheid eerbiedigen en de vrijheid van informatie, commentaar en kritiek verdedigen. Redacties dienen hun 'mediabazen' daaraan te herinneren. Hoofddredacteurs moeten deze journalistieke regels (doen) respecteren en - samen met sterke syndicale delegaties - waken over goede loon- en arbeidsvoorwaarden voor alle medewerkers. Als dat niet zo is - en dat is het geval voor vele media - kunnen redacties hun huidige hoofddredacteurs niet langer erkennen en moeten ze zelf hun hoofddredacteurs kiezen. Zo geven ze een krachtig signaal en kunnen ze de machtsbalans beginnen herstellen.

Ook de mediagebruikers hebben een verantwoordelijkheid. Voor alles wat echt belangrijk is, werk, cultuur, milieu, vrede, gezin, hebben mensen zich verenigd in bewegingen om hun rechten te veroveren. In onze informatiesamenleving is er nood aan sterke mediabewegingen die niet aanvaarden dat mediaconcerns enkel financiële winst als norm hanteren en informatief ondermaats presteren. Zij kunnen de massamedia dwingen om degelijke journalistiek te bedrijven.

Nog is meer mogelijk. Want er is geen enkel reden waarom media enkel een zaak zouden zijn van grote privé concerns. Zeker niet wanneer ze daar in een journalistiek doodlopend straatje terechtkomen en hun financieel-economische keurslijf hen belet de grote veranderingen in onze samenlevingen tijdig te zien en te duiden. Er is (opnieuw) een dringende nood aan echt onafhankelijke media en aan autonome bewegingsmedia die de noodzaak van verandering aanvoelen. Die media selecteren en jagen het echt belangrijke nieuws na, stellen de cruciale vragen en vormen de motor van het publieke debat over onze belangrijkste uitdagingen en de oplossingen daarvoor. Die nieuwe media zullen de volgende jaren het medialandschap fors hertekenen.

En onze overheden? Zij zijn er niet om met belastinggeld concerns te verrijken die lak hebben aan hun journalisten en aan goede journalistiek. Neen, democratische overheden waken erover dat de samenleving beschikt over onafhankelijke en betrouwbare media. En ze stimuleren ook degelijke, in de samenleving

verankerde media. Zo dragen ze bij tot meer mediademocratie.

.

Dirk Barrez, 17 februari 2009

.

Deze bijdrage is grotendeels gebaseerd op het mediahoofdstuk uit het bij EPO verschenen boek *Van eiland tot wereld. Appèl voor een menselijke samenleving*, 258 p., 19 euro - het volledige mediahoofdstuk is te lezen op PALA.be, [klik hier](#)

.

Reacties zijn welkom op [info@pala.be](mailto:info@pala.be)

.

[Klik](#) voor info en bestellen boek ' *Van eiland tot wereld. Appèl voor een menselijke samenleving* '

[Klik](#) voor aanbod met 2de weggeefexemplaar voor 15 i.p.v. 19 euro

[Klik](#) voor uitgebreide info over dit boek

---

.

VIA PALA

advertenties / activiteiten

.

Jeugddienst Globelink biedt jeugdwerkers en leerkrachten **GRATIS** een kant-en-klare bundel van 4 methodieken + interactieve CDrom aan om te werken rond mondiale thema's in de klas, in het jeugdhuis of in de jeugdvereniging, voor jongeren vanaf 15 jaar. Hebben? Stuur een mailtje naar [miek@globelink.be](mailto:miek@globelink.be) of bel naar 02/5279194.

\* \* \* \* \*

### **PALA en Jeugd & Vrede zoeken vrijwilligers/sters**

Heb jij een goede kennis van Drupal? Dan kun je ons flink helpen. Want PALA en Jeugd & Vrede zoeken vrijwilligers/sters die kunnen helpen bij het goed laten draaien van een nieuwe website die op Drupal is gebouwd - samen met onze medewerk(st)ers. Wij voorzien een vrijwilligersvergoeding.

Wil je dat graag doen? Geef een seintje met jouw naam en tel.nr. naar [info@pala.be](mailto:info@pala.be) of bel naar Jan Rutgeerts op 0486/36.09.68

---

## NIEUWE BOEKEN

### Crisis in de media

Om de zoveel tijd geeft Indymedia in boekvorm een mediareader uit. Geen beter onderwerp daarvoor dan de mediacrisis die nu voor iedereen wel duidelijk moet zijn. Er zijn bijdragen van professor Hilde Van den Bulck, Pol Deltour van de journalistenvereniging, hoofdredacteurs Rik Van Cauwelaert en Peter Vandermeersch, theaterrecensent Wouter Hillaert en Christophe Callewaert en Han Soete van Indymedia. Zij stellen vast dat het huidige model van kranten - in handen van grote commerciële mediabedrijven die winst hopen te maken door adverteerders te lokken - nog geen honderd jaar bestaat en in zijn voegen kraakt. Bij ons is het zelfs nog maar enkele decennia oud. Zij vragen zich af of het wel het beste model is om de persvrijheid te bewaren, inclusief de vrijheid voor de lezer om te kiezen uit een divers, pluralistisch en kwalitatief aanbod aan nieuws.

Ook zij stellen verwonderd vast dat de selling 'media moet je volledig overlaten aan de markt want alleen zo krijg je voor elk wat wils' zo weinig gecontesteerd wordt. Want niemand haalt het in zijn hoofd om een vermarkting van het onderwijs te bepleiten waarbij bedrijven als Electrabel scholen of universiteiten zouden beheren. En ook over cultuur valt niet (meer) te horen dat die in belangrijke mate of zelfs volledig aan de markt moet worden overgelaten. Zijn media - in een informatiesamenleving - dan niet even essentieel voor een democratie? En geldt ook voor hen niet dat ze slechts in geringe mate van de markt kunnen afhangen?

Het is goed dat er met kritische ogen naar de media wordt gekeken, en dat er eindelijk een volwassen mediadebat wordt gestimuleerd.

*Crisis in de media*, uitgave Indymedia, 88 p., 12 euro

[Klik](#) voor info en bestellen

## De vrije markt van de ontwikkelingssamenwerking

.

We besteden er later meer aandacht aan. Maar nu al snel meedelen dat er van Patrick Develtere een nieuw boek is verschenen, getiteld *De vrije markt van de ontwikkelingssamenwerking*, 317 pagina's lang en kostprijs 22.50 euro.

Voor meer info en bestellen, [klik hier](#)

Ook het vorige boek van Patrick Develtere 'De *Belgische ontwikkelingssamenwerking*' is nog verkrijgbaar.

[Klik](#) voor meer info en bestellen

---

.

## NIEUWE LANDENBOEKEN

Het jongste landenboek behandelt Tsjaad. [Klik](#) voor meer info en bestellen

Heel recent verscheen ook er ook één over Libanon - [klik](#) voor meer info en bestellen

[Klik hier](#) voor het volledige aanbod van landenboeken

.

## Nieuw in onze webwinkel

Ruddy Doom (red.) e.a., *Conflict en ontwikkeling. Overleven in de grensgebieden van de globalisering*, 618 p., 2008, 29 euro

[klik](#) voor meer info en bestellen over het boek

.

DVDs - de kracht van beeld, heel geschikt voor onderwijs en vorming

[klik hier](#) voor het volledige aanbod

.

---

.

## NIEUWE DVD - HET MONDIALE

# UITZENDKANTOOR

## Het verhaal van Philips Hasselt + EXTRA Argentinië

*Actueler dan ooit  
Heel geschikt voor de campagne waardig werk*

De Philips fabriek in Hasselt, waar de cassette, cd en dvd zijn ontwikkeld, gaat volledig dicht. 1400 mensen, dikwijls hooggeschoold, verliezen hun job. Met Carine zoeken we in Hongarije waar haar werk naartoe is. In China vinden we de laatste machine uit Hasselt. De oud-werknemers vertellen wat hen overkomt en hoe ze moeten concurreren met werknemers die amper sociale zekerheid genieten. Philips managers argumenteren waarom ze werk verhuizen over de hele wereld en de jacht op goedkope arbeid woedt. 'Die trein stopt nooit', zegt één. Bij Chinese bedrijven is nog minder van sociale rechten te merken. De vraag dringt zich op: hoe krijgen we een sociale bodem onder de wereldeconomie?

Een film van Dirk Barrez en Jessie Van Couwenberghe

Op deze DVD staat zowel de lange 42' versie als de korte 12' versie, speciaal voor gebruik in de klas of in korte informatiesessies.

### EXTRA OP DEZE DVD

Argentinië. Hoe een rijk land arm wordt

Ooit was Argentinië één van de rijkste landen ter wereld. De mensen leefden er goed, met werk voor iedereen, goede gezondheidszorg en openbaar vervoer. Maar de politici en het Internationaal Monetair Fonds storten het land in crisis. Duizenden fabrieken gaan dicht, vele honderdduizenden verliezen hun werk, de inkomenskloof explodeert en bijna zestig procent van de Argentijnen belandt onder de armoededrempel. Een crisis kan ongenadig zijn wanneer de politiek faalt.

Een film van Dirk Barrez en Natasha Casteleyn - korte versie 10'

[Klik](#) voor info en bestellen

### AANDACHT

In de tweede helft van april verschijnt het gelijknamige boek *Het mondiale uitzendkantoor* van Dirk Barrez en John Vandaele, waarmee deze dvd ook samen wordt verkocht.

Het boek kost 20 euro, de dvd 10 euro. Wie boek + dvd wil kopen, kan dat voor 27 euro. [Klik hier](#) voor bestellen. Dan ontvangt u ze allebei rond 22 april.

---

## **SCHENK GRATIS PALA ABONNEMENTEN WEG**

Doe mee aan onze campagne *PALA abonnees maken nieuwe abonnees*. Om mee te doen, [klik hier](#) ...en ontvang een geschenk. Wie twintig nieuwe abonnees aanbrengt, mag een geschenk kiezen.

---

## **HEB JE IETS TE VERTELLEN? ADVERTEER HET IN PALA**

Heeft jouw NGO, bedrijf, sociale of andere organisatie een product, een dienst, een campagne die de wereld op betere ecologische, sociale of economische sporen zet?

Dan is adverteren in deze *PALAbrief* en/of op onze *website* een prima mogelijkheid om veel geïnteresseerde mensen te bereiken.

Voor meer informatie over onze advertentiemogelijkheden, contacteer Jan Rutgeerts op 0486/36.09.68.

---

## **WERK MEE AAN EEN LEEFBARE WERELD**

Ben je tevreden over PALA ?  
Mail hem dan door naar vrienden en kennissen.

Wil je geen enkele PALA missen,  
om gratis in te schrijven, [klik hier](#)

---

## **BOUW MEE AAN EEN LEEFBARE WERELD**

Zie je onze initiatieven

zoals de PALA brief, onze websites, boeken en DVDs wel zitten?

We willen graag nog meer doen.

Uw steun is welkom op

rekeningnummer 523-0801723-93

met vermelding "steun Global Society vzw"

---

.

[Als u deze nieuwsbrief niet meer wenst te ontvangen, klik dan hier.](#)

[Stichting Global Society](#)