**Macht van de Media**

Op de sombere herfstdag van 18 november 2013 was Pol Van Den Driessche de gastspreker voor de 2-maandelijkse ledenvergadering van onze vriendenkring. Zijn onderwerp : macht van de media. Deze 54-jarige ex-journalist , schrijver , ex-politicus ( en nog zoveel meer ) is naast docent ook woordvoerder van C. Brugge , communicatieverantwoordelijke voor de NVA en in zijn vrije tijd jeugdscheidsrechter.

In zijn inleiding schetste de spreker de enorme evolutie van de media gedurende de laatste 25 jaar.  
Het ontstaan van *nieuwe sociale media*  (internet - gsm - i-pad/tablet) hebben dit landschap , de samenleving en het individu enorm mede beïnvloed. Enkele voorbeelden :

- politicus : waar vroeger zijn politieke activiteit vaak eindigde op vrijdagavond wordt nu  
 van hem gevraagd het media-gebeuren constant te volgen en zonodig snel te reageren.  
 De reacties via Twitter of Face-book op elk gebeuren zijn er de getuige van.  
 Hierbij wordt hij thans geholpen door zijn adviseur(s) vooraleer iets te beantwoorden  
- individu : enorme TV/radio aanbod - thans enorme zenderkeuze ( vroeger : 4 tal zenders )  
 massa aan informatie - sportaanbod (zelfs eigen sportzender )  
 We worden er mee (on)bewust geconfronteerd en moeten keuzes maken  
- pers : het volledig vervallen van de ideologische beïnvloeding van de kranten , samen met  
 een toenemende concentratie van de krantengroepen ( bv: krant HLN : vrijzinnig ↔  
 Standaard : katholiek = verdwenen)  
- reclame : een grote toename in alle media waarbij veel informatie (meestal ) ongewenst wordt   
 meegegeven

Heden ten dage staat alles in functie van behalen van kijkcijfers, aandacht trekken , in de belangstelling komen en verkoopcijfers halen (lees: zoveel mogelijk *winst maken) .*

Een journalist wordt gevraagd iets te maken/schrijven dat de nieuwsgierigheid opwekt, dat uniek is of dat een *primeur* is. Hierbij worden alle mogelijke middelen aangewend om dit (slecht) nieuws als eerste te brengen . Immers onze maatschappij is hongerig naar sensatie , kickt op nieuws en kijkt daar naar uit. Ook in de sportmedia (keuze enorm toegenomen) komt dit meestal aan bod . Eén fase van een match wordt uitvergroot en de scheidsrechter wordt er op be(ver)oordeeld alhoewel hij voor de rest een vlekkeloze partij floot. De negatieve berichtgeving wekt belangstelling en doet verkopen .

De journalistiek heeft tenslotte de laatste tijd ook een andere wending genomen wat betreft nieuwsbrengen :

- De scheiding beroep/privé in een interview komt vaak te vervallen waardoor het privé- gebeuren er de bovenhand haalt. De inhoud verdwijnt naar de achtergrond en men legt vaak de nadruk op de *emotie* van de persoon

- Alles kan worden gepubliceerd zonder controle , zonder bronvermelding met soms heel wat negatieve gevolgen

- In de communicatie tussen media en gasten zijn het de media die bepalen wat belangrij is en wat niet, wat nieuws is en niet

Uit dit alles concludeert de spreker dat het huidige media-gebeuren ons geen al te optimistisch beeld schetst voor de toekomst.

Tenslotte gaf de gastspreker nog enkele korte tips mee voor refs , die moeten omgaan met media :

- niet reageren met emotie ( wel met verstand )  
 - rust inbouwen in het gesprek   
 - eigen verhaal brengen "wat is mijn boodschap" en niet reageren op hypothetische vragen  
 - zich positef opstellen.  
  
  
***Persoonlijke neerslag* van een boeiende toehoorder :**

**Michel**