

# Het redactiestatuut van landelijke, regionale en lokale Nederlandse kranten

*Een gedateerd document of een waardevolle toevoeging voor de onafhankelijkheid van de journalistiek?*

## **Masterthesis**

Naam: Anne Wielenga

Studentnummer: s1151142

Media studies: Journalism & New Media

Begeleider: prof. dr. J.C. de Jong

Tweede lezer: dr. J.P. Burger

31-03-2017



**Universiteit  
Leiden**



# Voorwoord

Voor u ligt mijn masterscriptie ‘*Het redactiestatuut van landelijke, regionale en lokale Nederlandse kranten. Een gedateerd document of een waardevolle toevoeging voor de onafhankelijkheid van de journalistiek?*’, die geschreven is in het kader van mijn afstuderen voor de master Journalistiek en Nieuwe Media aan Universiteit Leiden. In de periode van november 2016 tot en met maart 2017 ben ik bezig geweest met het uitvoeren van het onderzoek en het schrijven van deze scriptie.

Aanvankelijk stond ik wat sceptisch tegenover het onderwerp ‘redactiestatuten’, maar het heeft uiteindelijk mijn enthousiasme gewekt. Wat aanvankelijk de opzet voor een onderzoek van het Commissariaat voor de Media had moeten worden, is omgebogen naar een eigen onderzoek waarbij ik aspecten die ik belangrijk vond, heb uitgediept en uitgewerkt. De resultaten van dit onderzoek zijn interessant voor instanties die geïnteresseerd zijn in de bescherming van de onafhankelijkheid van nieuwsmedia, zoals het Commissariaat voor de Media en de Nederlandse Vereniging van Journalisten, maar ook voor media die willen weten hoe ze deze onafhankelijkheid kunnen waarborgen in hun redactiestatuut.

Ik wil in het bijzonder mijn begeleider, prof. dr. Jaap de Jong, bedanken voor zijn tijd, wijze woorden en kritische vragen die mijn scriptie vorm en inhoud hebben gegeven. Hier hebben mijn groepsgenoten Jeroen Jonkers en Stef Arends ook zeker aan bijgedragen. Bovendien wil ik Edmund Lauf, Thomas Bruning en Michaël Opgenhaffen bedanken: zij hebben mij nuttige en relevante inzichten gegeven die ik kon gebruiken om mijn onderzoek te verbeteren. Ten slotte wil ik alle media die hun redactiestatuut ter beschikking hebben gesteld en vaak extra relevante informatie hebben gegeven, bedanken. Zonder hen had ik dit onderzoek niet uit kunnen voeren.

Leiden, 23 maart 2017

Anne Wielenga

## Samenvatting

De onafhankelijkheid van Nederlandse nieuwsredacties staat flink onder druk: door financiële problemen neemt het belang van verkoop- en advertentie-inkomsten sterk toe. De directie of de uitgever wil geld verdienen; de redactie wil artikelen schrijven zonder hierbij beïnvloed te worden door wie dan ook. Om deze journalistieke onafhankelijkheid van de redacties te bewaken, hebben veel kranten een redactiestatuut opgesteld. Dit document scheidt de redactie van de directie of de uitgever. De Nederlandse Vereniging van Journalisten heeft een modelstatuut op haar site staan, dat als inspiratie kan dienen voor kranten.

Tien jaar geleden werd geconstateerd dat de statuten van dagbladen verouderd zijn (Asscher, Dommering, Van Eijk en Van Bloemendaal, 2006). Inmiddels hebben nieuwe vormen van journalistiek hun intrede gedaan in het medialandschap van kranten, zoals het gebruik van internet en sociale media. De onderzoeksvraag binnen deze scriptie is daarom: in hoeverre passen de huidige redactiestatuten van Nederlandse kranten nog in het veranderde medialandschap, waarin sociale media een steeds grotere rol spelen? Het doel van dit onderzoek is om te achterhalen in hoeverre Nederlandse kranten hun onafhankelijke positie ten opzichte van interne en externe beïnvloedende factoren waarborgen in hun statuut. Dit is relevant omdat zo kan worden nagegaan of het redactiestatuut zoals het nu bestaat een goede waarborg is van de journalistieke onafhankelijkheid.

Om antwoord te kunnen geven op de hoofdvraag zijn er inhoudsanalyses uitgevoerd bij veertien redactiestatuten van relevante landelijke, regionale en lokale Nederlandse kranten. Aan de hand van *sensitizing concepts* zijn tabellen samengesteld waarmee de verzamelde statuten zijn geanalyseerd. Ook is er een vergelijking gemaakt tussen het modelstatuut en de verzamelde statuten.

Uit de resultaten blijkt dat niet alle kranten bereid zijn om hun redactiestatuut aan derden te laten lezen. Veel kranten lijken daarbij last te hebben van het *under construction*-syndroom en andere zeggen juist de meerwaarde van het redactiestatuut niet te erkennen. Daarnaast blijkt dat het modelstatuut voor veel kranten een inspiratiebron is geweest bij het samenstellen van een eigen statuut, want de punten zijn vaak letterlijk overgenomen. Het modelstatuut regelt de hoofdpunten wat betreft de bescherming van interne factoren goed, maar heeft niets opgenomen over externe beïnvloedende factoren zoals aangeleverd materiaal van persbureaus of de invloed van sociale media. In de verzamelde statuten worden deze externe factoren dan ook vaak niet genoemd, maar deze zijn over het algemeen meer beschrijvend dan het modelstatuut, wat de duidelijkheid vergroot. Ten slotte is de formulering in zowel het modelstatuut als in veel andere statuten zeer juridisch, wat ten koste gaat van de leesbaarheid.

Het redactiestatuut in zijn huidige vorm is aan verandering toe en sluit niet meer aan bij het medialandschap van deze tijd. Externe factoren zouden er een plaats moeten krijgen en het statuut zou gemoderniseerd kunnen worden door er iets in op te nemen over digitale of sociale platformen die gebruikt worden bij het verspreiden en vergaren van nieuws.

Dit onderzoek kent ook zijn beperkingen. Alleen de redactiestatuten van de media die bereid waren mee te werken zijn onderzocht. Hierdoor wordt een deel van alle bestaande kranten niet meegenomen, waar misschien wel iets nuttigs over te zeggen valt. Ook is het

lastig om de juridische stijl in het modelstatuut te vereenvoudigen, maar er zou wel meer toelichting kunnen komen bij stukken die onduidelijk zijn. Een vervolgonderzoek naar een mogelijke modernisering van het modelstatuut - de precieze uitwerking wat betreft formulering en punten die zouden kunnen worden toegevoegd - zou een mooie toevoeging zijn op dit onderzoek.

# Inhoudsopgave

1. Inleiding	p. 1
2. De commercialisering van de journalistiek en het redactiestatuut als bescherming	p. 3
2.1 De journalistiek en het belang van onafhankelijkheid	p. 3
2.1.1 Interne factoren	p. 4
2.1.2 Externe factoren	p. 5
2.2 Vertrouwen in media	p. 9
2.3 Het redactiestatuut: wat is het en wat kun je ermee?	p. 10
2.3.1 De wet	p. 10
2.3.2 Het ontstaan van het redactiestatuut	p. 11
2.3.3 Het doel en de functie van het statuut	p. 12
2.3.4 Kritische blik op het redactiestatuut	p. 13
3. Het modelstatuut	p. 16
4. Methode	p. 19
4.1 Kwalitatief onderzoek	p. 19
4.2 Kwalitatieve inhoudsanalyse	p. 19
4.3 Analyse	p. 20
4.3.1 <i>Sensitizing concepts</i>	p. 20
4.3.2 Beschikbaarheid en openheid	p. 21
4.3.3 Inhoudsanalyses	p. 21
4.4 Corpus	p. 22
5. Resultaten	p. 24
5.1 Beschikbaar en openheid	p. 25
5.2 Inhoudsanalyses	p. 30
5.2.1 Vergelijking tussen modelstatuut en verzamelde statuten	p. 30
5.2.2 Het modelstatuut: journalistieke onafhankelijkheid	p. 34
5.2.3 De verzamelde statuten: journalistieke onafhankelijkheid	p. 41
5.2.4 Taalgebruik in het modelstatuut	p. 52
5.2.5 Lay-out en lengte	p. 54
6. Conclusie	p. 56
7. Discussie	p. 59
Literatuurlijst	p. 62
Bijlagen	p. 66
Bijlage 1: Modelstatuut NVJ	p. 66
Bijlage 2: Interview Michaël Opgenhaffen	p. 74
Bijlage 3: Interview Thomas Bruning	p. 78
Bijlage 4: Verstuurde mail naar media over het onderzoek	p. 81
Bijlage 5: Journalistieke onafhankelijkheid, de <i>sensitizing concepts</i>	p. 82
Bijlage 6: Journalistieke onafhankelijkheid, de uitwerking	p. 88
Bijlage 7: Redactiestatuut InforMeer	p. 94

# 1. Inleiding

“Meer dan vroeger staan journalisten en redacties bloot aan de druk van commerciële belangen, met mogelijk gevolgen voor hun publiekmaatschappelijke oriëntatie en onafhankelijkheid”, concludeerde de Raad voor Maatschappelijke Ontwikkeling in 2015 (Commissariaat voor de Media, 2015: 112). Wat is er precies aan de hand?

Er zijn financiële problemen op Nederlandse nieuwsredacties. Door teruglopende advertentie- en verkoopinkomsten is het voor printmedia vaak moeilijk hun hoofd boven water te houden. Adverteerders en aandeelhouders willen wel investeren, maar dikwijls alleen als zij invloed kunnen uitoefenen op de inhoud van het nieuws. De media staan voor een dilemma: ze willen een zo veelzijdig en neutraal mogelijk nieuwsaanbod verzorgen, maar er moet ook geld binnenkomen om de kosten te kunnen dekken. Volgens Thomas Bruning, algemeen secretaris van de Nederlandse Vereniging van Journalisten (NVJ), staat dit verdienmodel heel serieus onder druk. “Uit overlevingsdrang wordt geprobeerd om proposities te geven aan adverteerders en andere partijen, die heel dicht bij inhoudelijke bemoeienis komen” (persoonlijke communicatie, 21 december 2016).

Volgens onderzoek van het Commissariaat voor de Media (CvdM) ziet tweederde van de hoofdredacteuren dan ook de gevaren van het schenden van deze redactionele onafhankelijkheid: door geld- en tijdgebrek verspreiden ze nieuws dat scoort bij de lezer en luisteren ze vaak te veel naar externen. Ze zijn bang dat deze druk in de komende vijf jaar alleen maar zal toenemen (Commissariaat voor de Media, 2015: 105).

Om de redactionele onafhankelijkheid te beschermen, bestaat sinds 1976 het redactiestatuut en een model dat media zouden kunnen gebruiken om een eigen statuut op te stellen. Dit statuut is voor alle audiovisuele media in Nederland verplicht. De rechten en plichten van de vaste werknemers op de redactie worden erin beschreven en het regelt de scheiding tussen de redactie en de directie. Voor dagbladen en kranten is dit redactiestatuut echter niet verplicht. “De pers wordt geacht zo onafhankelijk mogelijk te zijn en horen dit gewoon te regelen”, is de reactie van het CvdM. Er is dus ook geen instantie die hen controleert, waardoor het in elkaar zetten van dit juridische document zo veel mogelijk achter in de agenda wordt geplaatst. Asscher, Dommering, Van Eijk en Van Bloemendaal (2006) constateerden daarbij tien jaar geleden dat de statuten moesten worden aangepast aan de veranderde tijden, de complexer geworden concernstructuur en de activiteiten van mediabedrijven op internet. En sinds die tijd is het medialandschap nog meer veranderd: met komst van sociale media is de kloof tussen journalist en lezer veel kleiner geworden, omdat

lezers ook gemakkelijk van alles op internet kunnen plaatsen. De invloed van de sociale media-gebruiker op de nieuwsselectie is enorm toegenomen (Opgenhaffen, persoonlijke communicatie, 23 november 2016). Daarbij wordt de journalist bij het vergaren en verspreiden van nieuws beïnvloed door de keuzes van platformen zoals Facebook en Twitter, die voor de gebruiker ‘kiezen’ wat hij te zien krijgt door te kijken naar zijn wensen en voorkeuren (Poell en Van Dijck, 2015). Dit maakt een medium afhankelijk van meer factoren dan alleen de directie of uitgever.

Door deze ontwikkelingen ontspint zich de volgende hoofdvraag: **In hoeverre passen de huidige redactiestatuten van Nederlandse kranten nog in het veranderde medialandschap, waarin de sociale media een steeds grotere rol spelen?** Hierbij horen de volgende deelvragen: Zijn de redactiestatuten openbaar? Wat is de functie van het opgestelde modelstatuut? Wat is de kwaliteit van dit modelstatuut? En wat is de kwaliteit van de verzamelde statuten wat betreft het waarborgen van de journalistieke onafhankelijkheid?

Om deze hoofdvraag en deelvragen te beantwoorden, worden inhoudsanalyses uitgevoerd op een relevante verzameling redactiestatuten van Nederlandse landelijke, regionale en lokale kranten. De aanwezigheid van het abstracte begrip ‘onafhankelijkheid’ binnen redactiestatuten is relevant om te onderzoeken, omdat het laat zien of redactiestatuten de functie vervullen waarvoor ze bedoeld zijn. Als uit dit onderzoek blijkt dat redactiestatuten de onafhankelijkheid van media niet waarborgen, is het wellicht tijd voor een nieuwe of andere vorm van het redactiestatuut. Onderzoek naar redactiestatuten en onafhankelijkheid van media is daarbij van aanhoudend belang voor de democratische rol die de journalistiek behoort te vervullen. Een journalist moet de burger alle informatie aanbieden zonder inmenging van belangen van externen, zodat deze burger zelf een mening kan vormen.

De opbouw van deze scriptie is als volgt. In hoofdstuk twee en drie, het theoretisch kader, wordt er dieper ingegaan op het dalende vertrouwen in de journalistiek en hoe dit in relatie staat tot de onafhankelijkheid van een medium. Daarnaast wordt het ontstaan, de functie en het doel van het redactiestatuut besproken en wordt het modelstatuut van de NVJ nader bekeken. In hoofdstuk vier, de onderzoeksmethode, wordt uiteengezet hoe het onderzoek zal worden aangepakt. In hoofdstuk vijf zullen de resultaten van het onderzoek besproken worden. Deze scriptie zal eindigen met de conclusie, waarop het antwoord op de onderzoeksvraag gepresenteerd wordt.



## 2. De commercialisering van de journalistiek en het redactiestatuut als bescherming

De onafhankelijkheid van de journalistiek staat sterk onder druk. Financiële problemen op nieuwsredacties vergroten de dreiging van beïnvloeding van buitenaf. Redacteuren merken dat er minder tijd is om dezelfde hoeveelheid nieuws te produceren en worden door directie of uitgever aangemoedigd om nieuws te publiceren dat scoort en daardoor dus geld oplevert. Het is een proces dat commercialisering wordt genoemd. MacManus omschrijft commercialisering als *'any action intended to boost profit that interferes with a journalist's or news organization's best effort to maximize public understanding of those issues and events that shape the community they claim to serve'* (MacManus, 2009: 219).

Bij Amerikaanse nieuwsmedia bijvoorbeeld zie je dat de nieuwsmedia daar 30 jaar geleden kranten niet meer per se als dienaar van het publiek zagen, maar meer als product waar geld mee viel te verdienen. De komst van het internet heeft geleid tot een nog grotere rol van commerciële spelers, zoals adverteerders die online met elkaar de concurrentie aangaan (MacManus, 2009).

Thomas Bruning concludeert dat de commerciële druk bij traditionele nieuwsmedia in Nederland ook groter is geworden. “Hoofdredacteuren voelen steeds meer druk van de commerciële afdelingen en de onafhankelijkheid staat onder druk, omdat *advertorials* steeds vaker geschreven worden door redacteuren zelf. Redacties zijn ingekrompen tot mini-kernen. Er zijn veel freelancers die formeel geen medezeggenschap hebben en geen formele bescherming van onafhankelijkheid hebben. Ook kunnen ze als freelancer ook nog zeggen: deze opdracht neem ik wel en deze opdracht neem ik niet” (Bruning, persoonlijke communicatie, 21 december 2016).

De toenemende afhankelijkheid van (commerciële) bedrijven is een slechte ontwikkeling voor de journalistiek. In de volgende paragrafen wordt uiteengezet waarom volgens *Journalism Studies* journalistieke onafhankelijkheid belangrijk is en welke invloeden deze onafhankelijkheid in gevaar kunnen brengen.

### 2.1 De journalistiek en het belang van onafhankelijkheid

Een goede journalist wil de waarheid zoals hij die ziet zo objectief mogelijk naar buiten brengen. Hij werkt nauwkeurig en moet kunnen werken onder de druk van deadlines. Het publiek vindt het daarbij belangrijk dat journalisten transparant zijn over wie ze hebben

gesproken en hoe hun stuk tot stand is gekomen. Journalisten zijn zelf verantwoordelijk voor de kwaliteit van de inhoud van hun gepubliceerde stukken (Van der Wurff & Schönbach, 2011: 12). Zij moeten zelf kunnen bepalen *waar* de nadruk ligt en *wie* er aan bod komt (De Keyser, 2012: 13). Het is daarbij belangrijk dat ze tijdens hun werkzaamheden niet beïnvloed worden door anderen die belang kunnen hebben bij de inhoud van het nieuws dat ze naar buiten brengen.

Volgens het *hierarchies-of-influences* model van Shoemaker en Reese (1996) wordt de journalist echter wel degelijk beïnvloed door anderen met bepaalde belangen. Zij beschrijven vijf verschillende niveaus van invloeden die het nieuwsaanbod kunnen sturen. Het model gaat van het meest directe niveau (het individuele niveau) naar het minst directe niveau (het ideologisch niveau). Meer concreet gaat het hierbij om het formele en informele beleid van de redactie, de strategie van de nieuwsredactie, algemene werkrouines en professionele normen, de druk van aandeelhouders en culturele normen.

De Keyser (2012) maakt onderscheid tussen interne en externe factoren die invloed kunnen hebben op de werkwijze van journalisten. Het beleid en de strategie van de redactie, de algemene werkrouines en professionele normen uit het hiërarchische model behoren hierbij tot de interne factoren die druk kunnen uitoefenen. De invloed van aandeelhouders (maar ook bedrijven, de politiek en de overheid) en culturele normen die in een samenleving spelen, horen bij de externe factoren. In de volgende paragrafen zullen deze factoren verder besproken worden.

### **2.1.1 Interne factoren**

Allereerst worden hier de interne factoren die van invloed zijn op de werkwijze van journalisten besproken. De Keyser (2012: 23) onderscheidt drie interne factoren die in België van toepassing zijn: concentratie in de nieuwsmarkt, tabloidisering en een toenemende werkdruk.

Met concentratie in de nieuwsmarkt wordt het afnemend aantal nieuwsaanbieders bedoeld, waardoor een steeds kleinere groep steeds meer macht krijgt. De belangrijkste spelers in Nederland zijn de Telegraaf Media Groep (TMG), Mecom en De Persgroep. Deze uitgeverijen bezitten 80 procent van al het aanbod (Commissariaat voor de Media, 2014-2015, p. 10). Daarbij wordt de regionale en lokale pers steeds meer uitgedund door samenvoegingen of ontslagrondes. Dit is nu bijvoorbeeld gaande bij Holland Media Combinatie: TMG wil een kwart van de banen schrappen. De angst is dat het onderscheidend vermogen van de regionale edities wordt aangetast en er veel geknipt en geplakt zal worden (Benjamin, 10 januari 2017).

Ook De Persgroep bezuinigt in de lokale journalistiek en schrapt tweederde van de banen. Een deel van het werk wordt hierbij opgevangen door freelancers (NVJ, 3 februari 2017).

Hierdoor wordt de bevolking op regionaal en lokaal gebied niet voldoende of goed ingelicht, hetgeen de democratie in gevaar brengt (Commissariaat voor de Media, 2014-2015: 10). En juist de lokale en regionale journalistiek zouden hun democratische functie optimaal moeten dienen, omdat lokaal nieuws door mensen bijna net zo belangrijk wordt gevonden als wereldnieuws (OLON, 2014).

Met tabloidisering wordt bedoeld dat kranten steeds meer emotie in de krant brengen door bijvoorbeeld heftige foto's en veel persoonlijk leed te plaatsen. Dit gaat ten koste van nieuws over politiek, economie en andere zware onderwerpen. In Nederland is het belang van kijk- en verkoopcijfers toegenomen door druk van dalende advertentie-inkomsten. Hierdoor brengen media steeds vaker nieuws naar buiten waarvan ze weten dat het scoort.

Ten slotte is volgens De Keyser (2012) de hoge werkdruk van journalisten een beïnvloedende factor. Als journalisten moeten werken onder te grote werkdruk, dan houden ze onvoldoende tijd over om informatie te controleren. In Nederland krijgen dagbladjournalisten door de inkrimping van redacties steeds meer taken op hun bord: in plaats van alleen voor de krant te schrijven, schrijven ze ook voor de website en plaatsen ze deze berichten door op sociale media. Tameling (2015) noemt dit convergentie: een intensieve samenwerking tussen verschillende platformen of het vergroten van het takenpakket van een journalist. Tameling liep mee met de redactie van onder andere de Volkskrant en Het Financieele Dagblad en kwam tot de conclusie dat deze convergentie voor een toenemende werkdruk en weerstand bij journalisten zorgt. Volgens Tameling is convergentie op redacties vooral gerealiseerd om het online platform te integreren en daarmee efficiënter te kunnen werken (Tameling, 2015). Dit betekent dat een redacteur die eerst bijvoorbeeld alleen voor de krant schreef, nu ook opeens voor de site moet schrijven en zijn berichten op sociale platformen moet zetten.

### **2.1.2 Externe factoren**

Naast interne factoren spelen ook externe factoren een rol bij de beïnvloeding van de nieuwsproductie. De meeste mensen weten door de journalistiek wat er gebeurt in de wereld (De Keyser, 2012: 13). Zonder krant, televisie, radio en internet zou iedereen veel informatie missen. Verschillende actoren kunnen baat hebben bij deze machtige rol van de journalistiek. In de eerste plaats zijn dit de commerciële actoren zoals bedrijven en *public relations*, die via reclameboodschappen of gratis aandacht in normale nieuwsberichten proberen te profiteren

van het bereiken van een grote groep mensen. Daarnaast proberen politici vaak via media mensen te overtuigen van hun beleid. Journalisten kunnen hierin meegaan door een invalshoek te kiezen die aansluit bij het gedachtegoed van een politicus. De Keyser (2012: 20) stelt dat door de hechte band die journalisten en politici hebben de kans groter is dat zij (soms op sluwe wijze) door hen beïnvloed worden.

Nick Davies (2008) constateerde bijna tien jaar geleden ook al dat journalisten afhankelijk zijn geworden van externe bronnen, zoals pr-professionals en nieuwsagentschappen en persbureaus. Hij gebruikt hiervoor de term *churnalism*, een combinatie van het Engelse *to churn out* (massaal produceren) en *journalism* (journalistiek): een nieuwsbericht is eigenlijk vaak enkel een onbewerkt persbericht dat zonder verder onderzoek wordt gekopieerd en geplakt. Deze persberichten zijn vaak strategisch geschreven door pr-mensen die belang hebben een bepaalde boodschap uit te dragen.

Als oorzaak van dit knip- en plakwerk noemt Davies de bezuinigingen op redacties en een te hoge werkdruk voor journalisten door het hebben van te weinig tijd. Hij gebruikt voor de journalistiek de metafoor 'nieuwsfabriek', waarbij de werkzaamheden - het vergaren en verspreiden van nieuws - aan de lopende band gebeuren. Hij noemt de journalistiek van tegenwoordig daarom ook wel *lopendebandjournalistiek*. Door tijdsdruk hebben journalisten geen tijd meer om nieuws te verifiëren. Uit zijn onderzoek komt daarbij ook naar voren dat dertig procent van alle berichten die gepubliceerd werden volledig waren overgenomen van de berichten van de persbureaus.

Volgens Boumans (2016) valt dit knip-en-plakwerk in het Nederlandse medialandschap wel mee. Slechts een op de tien krantenartikelen waar een organisatie centraal staat, is gebaseerd op het persbericht van de organisatie (Boumans, 2016: 161). Daarmee concludeert zij dat de slechtere financiële omstandigheden in de dagbladwereld niet hebben geleid tot een knip-en-plakcultuur zoals Davies (2008) die omschrijft. Online is dit echter wel anders: hier is tweederde van de berichten gebaseerd op persberichten (Boumans, 2016: 161). Hierdoor ligt de onderwerpkeuze voornamelijk in handen van de persbureaus, wat de pluriformiteit van het nieuws niet bevordert.

Ten slotte hebben persbureaus zoals het ANP een steeds grotere invloed gekregen op de nieuwsselectie. Uit onderzoek van Ruigrok & Van Atteveld (2015) naar centralisatie van de nieuwsvoorziening blijkt dat in 2014 een kwart van het nieuws in landelijke dagbladen gebaseerd is op dat wat ANP heeft verspreid. Vaak is dit zelfs letterlijk overgenomen. Naast de invloed van persbureaus zijn de behoeften en voorkeuren van het lezerspubliek vaak ook leidend: media gaan hun inhoud bepalen aan de hand van wat de kijker of lezer graag wil zien

in plaats van zelf geschikte nieuwswaardige onderwerpen te zoeken. Zo doen grappige filmpjes het wat betreft populariteit veel beter dan zwaar of economisch nieuws. Dit kan zorgen voor eenzijdige berichtgeving. En dat terwijl, vooral bij een nieuwsmidium, diversiteit van groot belang is in een democratie als Nederland (Commissariaat voor de Media, 2015: 105).

### **De invloed van sociale media**

Sociale media zijn de afgelopen jaren alleen maar in populariteit toegenomen. Platformen als Facebook en Twitter kennen dagelijks veel actieve gebruikers. Nieuwsmedia zien dus ook hier kansen hun publiek te bereiken en de interactie met hen aan te gaan. Dit klinkt als een wereld vol mogelijkheden, maar er schuilt ook een aantal gevaren in. Zo kan de komst van sociale media de onafhankelijkheid van het medium in gevaar brengen.

*Het vergaren van nieuws.* Poell en Van Dijck (2015) deden onderzoek naar de democratisering van het nieuws en de rol die sociale media hierbij spelen. ‘Wij betogen dat de opkomst van sociale media niet alleen betekent dat burgers een grotere rol gaan spelen in de productie en verspreiding van nieuws, maar vooral ook dat sociale platformen de journalistieke onafhankelijkheid kunnen ondermijnen’ (Poell & Van Dijck, 2015: 343). Volgens hen zijn sociale media allesbehalve neutraal, omdat er op sociale media zoals Facebook algoritmen aan het werk zijn die bepalen welk nieuws wel en welk nieuws niet getoond wordt.

Media schakelen daarnaast steeds vaker marktonderzoekbureaus in om inzicht te krijgen in aantallen lezers en hun gegevens. Ook worden activiteiten van sociale media-gebruikers online gevolgd en worden deze gegevens vaak doorverkocht aan adverteerders. Hierdoor wordt het nieuwsaanbod specifiekier toegesneden op bepaalde groepen gebruikers die voor deze adverteerders interessant zijn. Dit ondermijnt de journalistieke onafhankelijkheid, want het zet journalisten aan om de selectie van nieuws en de manier van berichtgeving af te stemmen op de voorkeuren en interesses van het publiek, in plaats van zich te focussen op het algemeen belang en de democratische functie die de journalist moet vervullen (Poell & Van Dijck, 2015: 353).

De voorkeuren en interesses van het publiek worden op sociale media echter helemaal niet goed weergegeven. Poell en Van Dijck spreken daarom het idee dat sociale media hebben geleid tot een democratisering van de journalistiek tegen: niet het publiek, maar technologische configuraties bepalen wat de lezer en wat nieuwsorganisaties te zien krijgen.

Eigenaren van sociale platformen kunnen deze technologie beïnvloeden en bepalen dus wat er te zien is (Poell & Van Dijck, 2015: 349).

Het grote succes van sociale media heeft dus nog twee andere externe beïnvloedende factoren voortgebracht: de sociale media-gebruiker en zijn of haar wensen wat betreft nieuwsconsumptie en de eigenaren van de platformen die op hun beurt weer beïnvloed worden door bedrijven. Volgens Poell & Van Dijck moet de onafhankelijkheid van media daarom ‘ook gewaarborgd worden in relatie tot de technologische en commerciële mechanismen van platformen’ (Poell & Van Dijck, 2015: 358).

Opgenhaffen, expert op het gebied van onder andere online journalistiek en nieuwe, sociale en digitale media, ziet ook de steeds grotere rol van het publiek bij nieuwsselectie: “Met de komst en het grote succes van sociale media is de kloof tussen burger en journalist steeds kleiner geworden. Niet alleen de journalist kan dingen online plaatsen, ook de sociale media-gebruiker kan dingen verspreiden en op dingen reageren. Hiermee krijgt de gebruiker macht en bepaalt hij voor een groot deel de publieke agenda, want journalisten nemen eerder populaire dan minder populaire berichten over van sociale media. Deze kloof moet gedicht worden: journalisten moeten zich niet aanpassen aan het publiek, maar het publiek zich moet aanpassen aan dat wat de journalist of het sociale media-kanaal aanbiedt” (persoonlijke communicatie, 23 november 2016).

Sociale media hebben dus invloed op de poortwachtersrol van de journalist. Dit bevestigt ook Adernato (2016). Hij deed in Amerika onderzoek naar hoe lokale tv-redacties sociale media integreren in hun uitzendingen. Daarbij keek hij naar de invloed van sociale media op de poortwachtersrol van de journalist. Uit dit onderzoek kwam naar voren dat onderwerpen die het op sociale media goed doen een grotere kans hebben om in het journaal te komen dan minder populaire berichten. Ook kreeg de op sociale media verzamelde informatie meer aandacht dan de informatie uit kranten (Adernato, 2016).

Daarbij vergroot het vertrouwen in sociale media de kans om verkeerde informatie te verspreiden. Uit zijn onderzoek blijkt ook dat 40 procent van de redacties die richtlijnen heeft opgesteld voor sociale media niets zegt over het verifiëren van informatie. Hij waarschuwt dat media niet te afhankelijk moeten worden van sociale media als informatiebron en dat zij de informatie beter eerst goed kunnen controleren op betrouwbaarheid (Adernato, 2016).

*Het verspreiden van nieuws.* Sociale media dienen voor media niet alleen om nieuwe nieuwsonderwerpen te vinden, platformen worden ook steeds meer gebruikt om nieuws (dat al in de krant is verschenen) te verspreiden. Deze platformen worden door hen vooral ingezet

om meer bereik te genereren, meer *clicks* naar de website of apps te krijgen of om nieuw publiek aan te trekken (Ruigrok, Gagestein & Van Atteveldt, 2016). In plaats van een goede afweging te maken tussen het plaatsen van leuke en ernstige berichten worden er vooral dingen geplaatst die mensen raken, herkenbaar zijn voor de meeste interactie met het publiek zorgen. Hiermee geven media een onevenwichtig nieuwsbeeld en vervullen ze niet de onafhankelijke rol die de journalistiek hoort te vervullen.

## **2.2 Vertrouwen in media**

Waarom is onafhankelijkheid en het tegenhouden van deze interne en externe beïnvloedende factoren zo belangrijk voor media? Mensen moeten erop kunnen vertrouwen dat het nieuws op een juiste manier tot stand is gekomen, zonder beïnvloeding. Het is voor hen lastig in te schatten welk nieuws ‘echt’ is en welk nieuws gemanipuleerd is. Omdat zij wel weten dat bijvoorbeeld adverteerders invloed kunnen uitoefenen, kunnen ze twijfelen bij de geloofwaardigheid van een medium. Het gemiddelde vertrouwen in de media is dan ook laag: Er is maar één instituut waar het vertrouwen nog lager in is: de kerk (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2015).

Dat is echter geen nieuw gegeven. Deze vertrouwensbreuk ontstond in de jaren 80 en 90. Toen kwam de journalistiek in een crisis terecht. Scott (2005) zet uiteen dat mensen het toen lastig vonden de journalistiek te blijven zien als publieke dienstverlener, omdat het zo beïnvloed werd door bedrijven. Mediabedrijven begonnen bovendien bijvoorbeeld te besparen op dure aangelegenheden als onderzoeksjournalistiek, buitenlandse correspondenten en de verificatie van bronnen. De focus kwam te liggen op sensationeel nieuws, nieuws dat scoort. Ook was er vaak sprake van een verstrengeling tussen het redactionele werk en de advertenties.

De Haan en Bardoel (2011) deden een studie naar het mediadebat van de afgelopen twintig jaar. Hieruit bleek dat het vertrouwen altijd al laag was, maar ook dat het vertrouwen alleen maar is gedaald in de loop der jaren. Als redenen worden de groeiende competitie tussen oude en nieuwe media, de toegenomen commercialisering en de mogelijkheden die het internet biedt om met elkaar in interactie te gaan gegeven. Journalisten zijn volgens velen sensatiezoekers, ze praten elkaar na, ze weten te weinig en ze zijn bevooroordeeld (NRC, 25 augustus 2015). Voor het publiek is het altijd al belangrijk geweest om te kunnen vertrouwen op de onafhankelijkheid van media, maar het is met tegenwoordig nieuwe beïnvloedende factoren een nieuw onderwerp van discussie.

## 2.3 Het redactiestatuut: wat is het en wat kun je ermee?

Een instrument dat de journalistieke onafhankelijkheid probeert te beschermen is het redactiestatuut. ‘Het redactiestatuut is in de cao voor dagbladjournalisten overeengekomen als onderdeel van de arbeidsovereenkomst van de journalist met zijn werkgever’ (Asscher, Dommering, Van Eijk & Van Bloemendaal, 2006: 3). De NVJ omschrijft het redactiestatuut als volgt:

*‘Het redactiestatuut vormt een unieke arbeidsvoorwaarde in media-cao’s, waarbij de onafhankelijkheid van redacties wordt vastgelegd. Het redactiestatuut waarborgt de vrijheid van handelen van een redactie, zelfs als die lijkt in te gaan tegen de belangen van een concern of de commerciële afdeling. Kritiek op de eigen adverteerders of uitgevers moet immers mogelijk zijn. Dankzij het redactiestatuut hebben redacties ook een belangrijke stem bij de benoeming van een nieuwe hoofdredacteur.’ (NVJ, 2017)*

Alle audiovisuele media in Nederland zijn verplicht in het bezit te zijn van zo’n statuut. In dit hoofdstuk wordt dieper ingegaan op redactiestatuten: wat zegt de wet erover? Welk doel en welke functie vervullen de statuten? Hoe zijn ze ontstaan? En hoe kijken mediabedrijven tegenwoordig tegen dit instrument aan?

### 2.3.1 De wet

De Mediawet stelt het Nederlandse audiovisuele media dus verplicht om met de redactiemedewerkers een redactiestatuut af te spreken, waarin de journalistieke rechten en plichten van deze werknemers worden geregeld en waarin wordt vastgesteld dat de redactie onafhankelijk opereert van zijn uitgever of directie.

Er staat bijvoorbeeld in hoe de scheiding tussen hoofdredacteur en directie geregeld is (dat de directie van een medium de redactie niet kan verplichten bepaalde berichten te verspreiden om een adverteerder tevreden te stellen), in welke mate en op welke manieren redactionele medewerkers medezeggenschap hebben en of het medium enige binding heeft met een politieke of religieuze groepering of belangengroep. Het redactiestatuut geldt voor alle mensen die werkzaam zijn op de redactie (Commissariaat voor de Media, 2015:105).

Het Commissariaat voor de Media (CvdM) is het orgaan dat erop toeziet dat deze wet wordt nageleefd. Het hoopt dat door het verplicht stellen van een redactiestatuut het aanbod van nieuwsaanbod divers blijft en dat de kwaliteit hoog blijft. Het Commissariaat moet de opgestelde redactiestatuten goedkeuren, maar er bestaat geen juridisch instrument waarmee dit getoetst kan worden (Asscher et al., 2006: 9). Edmund Lauf, projectmanager Strategie, Beleid en Onderzoek bij het Commissariaat voor de Media, kaart nog een ander probleem



aan: “Door de hoeveelheid taken van het Commissariaat en tijdsgebrek, kunnen daarbij niet alle media structureel gecontroleerd worden” (persoonlijke communicatie, 22 maart 2016).

Opvallend hierbij is dat deze wet niet geldt voor alle media: voor printmedia zoals dag- en weekbladen is er geen verplichting tot het hebben van een redactiestatuut. Een medewerker van het juridisch loket van het Commissariaat voor de Media vertelt het volgende: “We houden geen toezicht op printmedia, zoals kranten en dagbladen. Van de pers wordt gewoon verwacht dat zij zo onafhankelijk mogelijk opereren en ze horen dit gewoon zelf goed te regelen” (CvdM, persoonlijke communicatie, 7 november 2016).

Bruning denkt dat het geen kwaad kan om deze wet wat uit te breiden. Daarbij is de NVJ ook voor het beschikbaar stellen van overheidsgeld voor media om de journalistieke onafhankelijkheid te beschermen: “Ik denk dat het logisch zou zijn om de wet in die zin te verbreden dat je de koppeling maakt van: als u aanspraak wilt maken op welke vorm van publieke stimulering dan ook, dat dan als voorwaarde wordt gesteld dat je ook een fatsoenlijk redactiestatuut hebt” (persoonlijke communicatie, 21 december 2016).

Ten slotte geldt het redactiestatuut niet voor freelancers in een bedrijf, dat wil zeggen dat het geen onderdeel uitmaakt van hun cao. “Redacties zijn ingekrompen tot mini-kernen. Er zijn veel freelancers die formeel geen medezeggenschap en dus geen formele bescherming van onafhankelijkheid hebben” (Bruning, persoonlijke communicatie, 21 december 2016). Hier ligt volgens hem nog wel een uitdaging: moeten freelancers dezelfde rechten krijgen als de vaste werknemers op de redactie?

### **2.3.2 Het ontstaan van het redactiestatuut**

Redactiestatuten ontstonden in de jaren 60. In deze tijd kwam er onder de Nederlandse bevolking meer behoefte aan inspraak in dingen die van bovenaf werden geregeld. Voor redacties betekende dit dat zij ook wilden meebeslissen in besluiten die de directie tot die tijd alleen nam (Asscher et al., 2006: 17). Hoofdredacteuren wilden dus de regie hebben over de inhoud van de krant en niet worden beperkt door de directie of uitgever.

In die tijd voegden ook veel mediabedrijven zich samen. De NVJ stelde toen een commissie (Studiecommissie Dagbladconcentraties) aan die de dagbladwereld zou moeten aanpassen aan het ontstaan van deze samenvoegingen (Asscher et al., 2006: 17). Ze zagen daarin gevaren voor de onafhankelijkheid van deze media. Het redactiestatuut, samengesteld door alle mensen die werken op een redactie, zou de redactie onafhankelijk maken van de uitgever. In 1974 werd er na veel discussie overeenstemming bereikt over een modelstatuut. Hoofdredacteuren stonden niet echt te springen om hun beleid te verantwoorden tegenover

publiek dat zijn mening toch vaak al klaar had en ondeskundig was (Teeuwen, 1993: 99). In 1976 werd het redactiestatuut opgenomen in de collectieve arbeidsovereenkomst (cao) van alle redactionele werknemers. Voor de meeste kranten was dit modelstatuut aanleiding om zelf snel een statuut op te stellen (Asscher et al., 2006: 19).

### **2.3.3 Het doel en de functie van het statuut**

Het is al even voorbij gekomen: redactiestatuten moeten een bijdrage leveren aan de onafhankelijkheid van een bepaald medium. Wat houdt dit precies in? Een medium moet onafhankelijk zijn: het moet niet beïnvloed worden door interne en externe invloeden zoals de uitgever of anderen die invloed willen uitoefenen van buitenaf. Door dit vast te leggen in het redactiestatuut kan een medium zelfstandig opereren en zelf bepalen welk nieuws het naar buiten brengt. Dit bevordert de interne pluriformiteit: de inhoudelijke verscheidenheid van berichtgeving. Als een redactie onafhankelijk is, maakt het namelijk plaats voor verschillende meningen binnen het medium (Asscher et al., 2006). De directie of de uitgever legt de redactie dan dus niet op om over bepaalde onderwerpen te schrijven of om een bepaalde invalshoek te kiezen. Dat beslist de redactie zelf.

En dat het redactiestatuut zijn functie uitvoert, bewijst het conflict in juni 2015 tussen de redactie van De Telegraaf en zijn directie, de Telegraaf Media Groep (TMG). Het conflict ging over de uitleg van het redactiestatuut. De directie van TMG wilde de verschillende uitgaven van De Telegraaf (zoals Autovisie en Privé) opsplitsen onder verschillende redacties, waardoor de toenmalige hoofdredactie alleen nog maar verantwoordelijk was voor de inhoud van De Telegraaf. Het redactiestatuut verzette zich hiertegen: er zou in staan dat de redactie niet opgedeeld kan worden (Rogmans, 12 mei 2015).

Een half jaar later later werd het redactiestatuut er nog een keer bij gepakt. Deze keer is het de directie van Holland Media Combinatie (onderdeel van de Telegraaf Media Groep). De redactieraad was van mening dat de directie het redactiestatuut omzeilt door vier afzonderlijke hoofdredacteuren te willen benoemen. De directie legde dit advies van de redactieraad naast zich neer, waarop de redactieraad naar de rechter ging. De tekst in het redactiestatuut zegt niet expliciet dat er niet meerdere hoofdredacteuren aangesteld mogen worden (die ook nog eens door de directie worden benoemd), maar het aanstellen van meer hoofdredacteuren ondermijnt de journalistieke onafhankelijkheid, omdat er meer rechtstreekse invloed kan worden uitgeoefend door de directie. De conclusie van de rechter was dat het statuut de onderlinge relaties tussen de organen onvoldoende en inconsistent omschrijft (Pasveer, 2015). De directie ging hierna niet in hoger beroep, maar besloot weer met de

redactie en ondernemingsraad rond de tafel te gaan zitten (Rogmans, 26 september 2015).

Een jaar later stond HMC weer met het redactiestatuut in de hand. Deze keer probeert HMC een stokje te steken voor de nieuwe plannen van TMG om de vier afzonderlijke redacties samen te voegen en één hoofdredacteur te benoemen die verantwoordelijk is voor alle edities. De redactie wil onafhankelijk blijven en niet opgaan in de redactie van De Telegraaf (Brandenburg- Van de Ven, 2016). De directie wil juist dat de regionale kranten en De Telegraaf in elkaar worden geschoven om zo geld te besparen (Rogmans, 26 oktober 2016). De redactie van HMC ging van het eigen kantoor in Alkmaar uiteindelijk naar het hoofdkantoor van De Telegraaf in Amsterdam. Hierdoor zijn de regionale kranten min of meer al opgeslokt door hun moederbedrijf.

Het redactiestatuut biedt echter niet altijd uitkomst bij conflicten. Op Oudejaarsdag 2016 kregen de werknemers van TMG (onder wie de werknemers van HMC) de reorganisatieplannen te horen: de redacties van Metro, De Telegraaf en HMC worden definitief samengevoegd. Ook worden er 45 van de 185 banen bij de regionale edities geschrapt (Brandenburg-Van de Ven, 2 januari 2017). De voorzitter van de redactieraad van HMC, Peter Schat, vond daarnaast het plan om weer een ‘directeur journalistiek’ aan te stellen in strijd met de journalistieke onafhankelijkheid van de redacties van regionale media (Brandenburg-Van de Ven, 2 januari 2017). De redactie van HMC riep lezers op om kaarten te sturen als steunbetuiging, waar massaal gehoor aan werd gegeven. Deze 2400 kaarten werden aangeboden aan de directie (NVJ, 21 februari 2017). Ook schreef de redactieraad een brief aan de directie waarin zij stelden dat ze een nieuwe start wilden maken onder een aantal voorwaarden. Zo moest de directie de plannen tot het ontslaan van eenderde van de werknemers terugdraaien (NVJ, 21 februari 2017).

Bij deze laatste plannen kon HMC Media niet teruggrijpen naar hun redactiestatuut, omdat hierin geen bescherming wordt geboden tegen reorganisatieplannen. Dit had een groot aantal ontslagen als gevolg.

#### **2.3.4 Kritische blik op het redactiestatuut**

Het modelstatuut voor dagbladen ontstond al in 1974, maar het is sinds die tijd niet veel aangepast. Toch wordt dit model nog vaak gebruikt ter inspiratie. Asscher, Dommering, Van Eijk en Van Bloemendaal (2006) constateerden dan ook tien jaar geleden dat de statuten aangepast zouden moeten worden aan deze tijd, aan de complexer geworden concernstructuur en door de actie van mediabedrijven op internet. Thomas Bruning gaf in een reactie op dit onderzoek al aan het gevaar te zien van het internet voor vermenging van commerciële en

redactionele activiteiten. De statuten zouden zich meer moeten aanpassen aan de tijd waarin het internet een steeds grotere nieuwsbron werd, omdat deze strikte scheiding tussen commercie en redactionele activiteiten op het net toch weer anders zouden liggen (Bruning, 2007). Tot op heden lijkt daar weinig van terecht te zijn gekomen. Sanders (2012) onderzocht de redactiestatuten van Nederlandse landelijke kranten en persbureaus en kwam tot de conclusie dat de statuten zijn verouderd en vaak niet zijn veranderd na komst van een nieuwe eigenaar of aandeelhouder.

Opgenhaffen (2016) denkt dat het zinvol kan zijn om de redactiestatuten enigszins uit te breiden. Het zou bijvoorbeeld iets op kunnen nemen over het doel dat een medium heeft om een online pagina of platform te hebben. “Het is misschien zinvol om erin te vermelden of het digitale kanaal of *social media*-kanaal een promotioneel, een distributioneel of een redactioneel platform is. Ook het recht voor journalisten om een eigen sociale media-account te mogen hebben, zou erin kunnen worden opgenomen” (persoonlijke communicatie, 23 november 2016).

Bruning weet niet of het opnemen van een aparte passage over sociale media in het redactiestatuut per se nodig is. “De redactionele onafhankelijkheid kun je nog verbreden door te zeggen: digitaal betekent dit dat er een onderscheid moet zijn tussen een redactionele tekst en *banners* of advertenties. Oftewel: is de inhoud redactioneel of promotioneel? En wanneer kan een redacteur bezwaar maken tegen het vermelden van zijn naam bij een artikel waarin is geknipt en geplakt en wanneer niet?” Het lijkt hem niet verkeerd hier nog eens naar te kijken. “Het aantal platformen waarin een medium actief is geworden, is ook heel erg gegroeid en redacteurs zijn vaak zelf ook actief op platformen als Twitter. Wat kan hier wel en niet?” Het is echter de vraag of zoiets alleen in het stijlboek thuis hoort of ook in het statuut zou moeten worden opgenomen. “Het daagt me wel uit om nog eens te kijken naar een modernere vorm van het statuut” (persoonlijke communicatie, 21 december 2016).

### **Is dat statuut wel waardevol?**

Redactiestatuten zouden dus een belangrijke rol moeten spelen in het onafhankelijk opereren van een journalist, waarbij bemoeienis van interne of externe factoren niet welkom is. De huidige stand van zaken in de krantenwereld is risicovol te noemen. Door de beperkte financiële middelen hebben kranten soms moeite hun hoofd boven water te houden. Reorganisaties zoals bij Telegraaf Media Groep en De Persgroep zorgen voor meer freelancers. Meer freelancers in dienst betekent minder onafhankelijkheid (Commissariaat voor de Media, 2015: 105). Daarbij wordt de grote rol van het internet en sociale media bij de

beïnvloeding wellicht onderschat: in hoeverre worden journalisten beïnvloed door de algoritmen op Facebook en de *trending topics* op Twitter? Hierdoor ontstaat de vraag of het redactiestatuut zoals het nu bestaat aan verandering toe is, waarbij het belangrijkste aspect de vraag is of het in deze vorm de journalistieke onafhankelijkheid nog wel voldoende waarborgt. Op deze vraag zal hopelijk ook een antwoord gevonden worden in dit onderzoek.

### **3. Het modelstatuut**

Om een betere indruk te krijgen van wat een redactiestatuut allemaal beschrijft, zal nu de samenstelling van het modelstatuut worden gespecificeerd. In 1974 ontstond dus het eerste modelstatuut dat ter inspiratie kon dienen voor dagbladen. Het was de samenvoeging van een NVJ-concept en het Hoofdredactiestatuut. In deze modelovereenkomst was niet alleen de relatie tussen hoofdredactie en directie beschreven, maar werd het een driepartijencontract tussen uitgever of directie, hoofdredactie en redactie (Teeuwen, 1993: 86).

Dit statuut is in de loop der jaren een aantal keer veranderd en aangepast aan de ontwikkelingen die hebben plaatsgevonden in het medialandschap. Het meest actuele modelredactiestatuut is te vinden in bijlage 1. Behalve een modelstatuut voor dagbladen is er ook een modelstatuut voor omroepen, publiekstijdschriften, vaktijdschriften, personeelsbladen, nieuwsbladen, persbureaus en het internet. De belangrijkste punten die in het model voor dagbladen staan, zal ik hieronder bespreken.

#### **Het dagblad en zijn functie**

Bij dit eerste punt in het modelstatuut wordt uiteengezet dat het dagblad zich onderscheidt van andere industriële producten omdat het uitdrukking geeft in Nederland geldende grondrechten als vrijheid van meningsuiting en dat het product (het dagblad) een publieke functie vervult en het functioneren van een democratie mogelijk maakt. Daarnaast wordt er aangegeven dat een dagblad wel mede afhankelijk is van zijn publiek en hun behoeften, zodat de inkomsten de uitgaven kunnen dekken.

#### **Beginselverklaring**

Bij de beginselverklaring kan een dagblad zijn uitgangspunten, de beginselen en redactionele doelstellingen van het redactionele beleid benoemen. Dit kan bijvoorbeeld een binding met een politieke partij, een kerkgenootschap of een belangengroepering zijn of belangrijke normen en waarden als verdraagzaamheid en openheid.

#### **De organen: hoofdredacteur, uitgever/directie en redactieraad**

Om te voorkomen dat de uitgever van een medium als een dagblad zich gaat bemoeien met de inhoud ervan, is in een redactiestatuut ook de relatie tussen de hoofdredacteur en de uitgever/directie of eigenaar uitgebreid beschreven. Het is over het algemeen zo afgesproken

dat de hoofdredacteur verantwoordelijk is voor de inhoud van het dagblad en de uitgever voor de overige zaken, zoals het financiële beleid, de oplage, de advertentieverkoop, de distributie en het drukproces. Beide personen zijn gezamenlijk verantwoordelijk voor het eindresultaat van het dagblad. Het is wel lastig te bepalen of het mogelijk is om deze twee volledig te scheiden. Een dagblad of krant blijft een economisch product (Jansen, 2008: 19).

### **Redactieraad**

Ook wordt er gesproken over de taken van de redactieraad, die het orgaan is voor medezeggenschap in de redactie. De redactieraad bespreekt het algemene, politieke, maatschappelijke of levensbeschouwelijke beleid van de krant. Vaak bestaat de redactieraad van dagbladen uit een selectie van de vaste redactionele werknemers die hiervoor gekozen zijn en de hoofdredacteur. Zij vergaderen een aantal keer per jaar en moeten verantwoording afleggen aan de hoofdredactie en directie. Om veranderingen die de redactieraad voorlegt door te voeren, is het vaak zo dat een percentage van alle vaste redactionele werknemers het eens moet zijn met het besluit.

### **Personeelsbeleid**

De hoofdredactie voert het personeelsbeleid uit na overleg tussen de hoofdredactie en de redactieraad met de directie en de ondernemingsraad. Organisaties met meer dan vijftig werknemers moeten een ondernemingsraad hebben. Hiermee hebben de werknemers inspraak binnen de organisatie waarvoor ze werken. Het controleert daarnaast of de organisatie zich houdt aan wetten en regels.

### **Persoonlijke verantwoordelijkheid**

Bij dit punt kan een dagblad vermelden wat er gebeurt als redactionele werknemers bezwaar hebben tegen een opdracht die ze moeten uitvoeren, bijvoorbeeld als ze het oneens zijn met een verandering in de inhoud of kop van hun artikelen. Ze kunnen zich dan vaak wenden tot een redactieraad, die daarna een uitspraak doet.

### **Redactiebudget**

Hoe het budget dat een redactie heeft wordt verdeeld, wordt onder dit punt behandeld. De hoofdredactie bepaalt meestal de besteding van dit budget en is hierover verantwoording schuldig aan de directie.

### **Structuurwijzigingen**

Als de dagbladuitgeverij failliet is verklaard, er een reorganisatie of een fusie gaat plaatsvinden of als het merk verkocht wordt, wordt de hoofdredactie daarbij vanaf het begin betrokken. Als het ook daadwerkelijk gaat gebeuren, moet de redactieraad worden ingelicht. Dit gebeurt allemaal op vertrouwelijke basis.

### **Regeling meningsverschillen en ontslag**

Als er een meningsverschil is ontstaan tussen de hoofdredactie en de directie over het redactionele beleid of een ander verschil van mening zoals de algemene regels binnen het bedrijf, hebben beiden het recht gehoord te worden. Hierna wordt er een schriftelijke conclusie gegeven en moet de hoofdredacteur zich hieraan aanpassen of ontslag nemen. Ontslag gebeurt door de Bijzondere Ontslagkamer voor Hoofdredacteurs van de Dagbladuitgeverij, tenzij eerder overeenstemming is bereikt tussen de hoofdredacteur en degene die hier verantwoordelijk voor is.

### **Slotbepaling**

In de slotbepaling kan iets vermeld worden over de regeling omtrent het wijzigen van het statuut, bijvoorbeeld wie daar van tevoren overleg over moeten hebben gepleegd.

Het modelstatuut is dus vrij uitgebreid en zou een mooie basis kunnen zijn voor statuten van media. En het hebben van een waterdicht redactiestatuut lijkt belangrijker dan ooit, met alle reorganisaties die aan de gang zijn of mogelijk nog gaan komen.



## 4. Methode

In het theoretisch kader is uiteengezet hoe belangrijk het voor een medium is om onafhankelijk te zijn. Daarnaast is besproken hoe redactiestatuten deze onafhankelijkheid van media proberen te waarborgen, hoe ze tot stand zijn gekomen en welke functie ze vervullen in de praktijk. In dit hoofdstuk wordt de methode van mijn onderzoek besproken.

### 4.1 Kwalitatief onderzoek

Kwalitatief onderzoek is interpreterend en subjectief onderzoek. Kwalitatief onderzoek beschrijft, verkent en verklaart complexe fenomenen, concepten en processen. Het gaat over hoe-en waarom-vragen (Koetsenruijter & Van Hout, 2014: 18). De onderzoeksopzet is flexibel en kan bijgesteld worden tijdens het onderzoek (Koetsenruijter & Van Hout, 2014: 19). Omdat er nog geen theorie bestaat over hoe de onafhankelijkheid precies wordt beschreven in de statuten, is kwalitatief onderzoek voor dit onderwerp een geschikte keuze.

### 4.2 Kwalitatieve inhoudsanalyse

Een inhoudsanalyse is een gestructureerde manier om naar de inhoud van teksten te kijken. Het richt zich op de inhoud van de media, in principe los van het maakproces en van het perceptieproces (Koetsenruijter & Van Hout, 2014: 18). Bij kwalitatieve inhoudsanalyses ligt de nadruk meestal op impliciete betekenissen van de inhoud van een tekst (of van een beeld) (Koetsenruijter & Van Hout, 2014: 166).

Met kwalitatieve inhoudsanalyses wil ik door te verkennen en te beschrijven het antwoord vinden op de volgende vragen. In hoeverre lijken de verzamelde statuten op het modelstatuut? Wat laten ze weg en wat voegen ze eraan toe? En hoe wordt het concept onafhankelijkheid (journalistieke autonomie, interne en externe beïnvloedende factoren) ingebed in de tekst? Wat wordt er bijvoorbeeld gezegd over het gebruik van sociale media bij het vergaren en verspreiden van nieuws? De laatste vraag heeft als doel te bepalen in hoeverre deze statuten zijn geactualiseerd. Kortom: of de invloed van sociale media erin behandeld wordt. Dit is naar aanleiding van onderzoek van Asscher et al. (2006) en het onderzoek van Sanders (2012). Met dit onderzoek wordt bekeken of dit inmiddels is veranderd. Met deze twee vragen verken en beschrijf ik hoe redactiestatuten hun onafhankelijkheid waarborgen.

### 4.3 Analyse

Kwalitatief onderzoek is interpretatief en een proces van inductie. Dit wil zeggen dat de interpretatie *bottom-up* verloopt. Een onderzoeker probeert op grond van specifieke waarnemingen tot een algemenere uitspraak te komen (Koetsenruijter & Van Hout, 2014: 22). Conceptuele analyse stelt het bestaan en het voorkomen van concepten in een tekst vast (Koetsenruijter & Van Hout, 2014: 167). In dit geval: staat het woord ‘onafhankelijk’ in de tekst? Wordt er over onafhankelijkheid of journalistieke autonomie gesproken? Staat er bijvoorbeeld iets in over het aannemen van cadeaus? Of het aannemen van (direct plaatsbare) informatie van *public relations*? Of iets over het hebben van een pluriforme inhoud?

Ook heb ik op grond van de gelezen literatuur al ideeën over welke aspecten aan bod zouden kunnen komen in de redactiestatuten, zoals interne en externe factoren die de onafhankelijkheid zouden kunnen beïnvloeden. Deze ideeën, *sensitizing concepts*, zijn later van nut bij het analyseren van onderzoeksgegevens (Baarda, 2013: 22). De methode die in dit onderzoek wordt gebruikt, is geïnspireerd op de methode van Opgenhaffen en Scheerlinck (2014), waarin de *sensitizing concepts* ook de basis vormen voor de verdere analyse.

#### 4.3.1 *Sensitizing concepts*

Een *sensitizing concept* is een uitgangspunt van een onderzoeker over de manier waarop hij of zij naar zijn materiaal gaat kijken, zonder van tevoren te weten hoe het onderzoek gaat verlopen (Hoonard, 1997). Het maakt de concepten die in zijn hoofd zitten tastbaar, die een handvat kunnen vormen voor de rest van het onderzoek. Het is een manier van kijken die bij kwalitatief onderzoek zoals dit onderzoek gedaan wordt om categorieën in de bestudeerde documenten te kunnen vinden en op deze manier iets te kunnen zeggen over het geheel. Het vestigt de aandacht op belangrijke kenmerken in de tekst en het geeft richting aan het onderzoek (Bowen, 2006: 3).

De *sensitizing concepts*, de ideeën over onafhankelijkheid van media die ik zonder de inhoudsanalyses te hebben gedaan verwacht aan te treffen in de redactiestatuten, zijn ontstaan gekomen door de gelezen literatuur, het modelstatuut en de afgenomen interviews met Thomas Bruning en Michaël Opgenhaffen. De uitwerking van deze interviews is te vinden in bijlagen 2 en 3. Deze concepten zijn gebruikt om een ideaalmodel samen te stellen dat het concept ‘onafhankelijkheid’ zo goed mogelijk moet omvatten. Mijn *sensitizing concepts* zijn: de beperking interne druk voor redacteuren, de beperking externe belangenverstremeling, de invloed van sociale media en de gebruikte journalistieke kernwaarden bij het schrijven van de artikelen. Bij de beperking van de interne druk van redacteuren valt bijvoorbeeld op dat de

krant een eigen identiteit heeft, om het te onderscheiden van andere kranten en om niet opgeslokt te worden door de grote uitgevers zoals De Persgroep. Ook gaat het over het belang van lees- en verkoopcijfers en dat deze niet leidend moeten zijn voor de inhoud van het nieuws. Ten slotte gaat het over de hoge werkdruk van de redacteurs, waardoor sommige informatie niet goed gecontroleerd wordt voordat het gepubliceerd wordt. Hierbij hoort ook de organisatiestructuur. Bij de beperking externe belangenverstrengelingen worden alle belanghebbenden van buitenaf buiten de deur gehouden. Onder het beperken van de invloed van sociale media valt dat wat redacteurs met sociale media-platformen doen om nieuws te vergaren en te verspreiden. Bij de achterliggende journalistieke kernwaarden gaat het om de onafhankelijkheid in de artikelen zelf. Zo kan een redacteur in een ‘objectief’ artikel geen partij kiezen en moet hij of zij zo neutraal mogelijk schrijven. In geval van een subjectief stuk moet worden aangegeven dat het om een mening gaat. Een uitgebreidere beschrijving van de concepten is te vinden in bijlage 6.

#### **4.3.2 Beschikbaarheid en openbaarheid**

Om erachter te komen of de onderzochte media over een redactiestatuut beschikken, wordt per medium op internet gezocht of het statuut daar te vinden is. Als dit het geval is, is het statuut openbaar. Als dit niet het geval is, wordt getracht het medium te bereiken via mail of telefoon. In het gesprek met Bruning werd duidelijk dat dit nog wel eens een lastige opgave kan worden. “Wat ik zie, is dat een statuut over het algemeen een goed bewaard geheim is voor de buitenwereld. Het is bijna nooit te vinden en media doen er soms zelfs een beetje krampachtig over om helder en inzichtelijk te maken dat het er is. Dus een beetje trots zou geen kwaad kunnen, juist in deze tijd waarin de vraag wat afhankelijk en wat onafhankelijk is” (persoonlijke communicatie, 21 december 2016).

#### **4.3.3 Inhoudsanalyses**

Als alle redactiestatuten verzameld zijn, kunnen de inhoudsanalyses uitgevoerd worden. Door middel van het eerst globaal lezen van alle statuten wordt een goed beeld geschetst over wat er over het algemeen in de statuten behandeld wordt. De punten die aan bod komen worden vergeleken met de punten die in het modelstatuut van de NVJ staan. De NVJ heeft verschillende modelstatuten opgesteld die ter inspiratie kunnen dienen voor media (radio, televisie, internet). Voor de analyse wordt het modelstatuut voor dagbladen bestudeerd. De verzamelde statuten worden vergeleken met dit modelstatuut. Via deze analyse wordt bepaald welke punten door media worden overgenomen en welke er worden overgeslagen. Hiermee

kan uitgezocht worden in hoeverre media gebruik maken van dit modelstatuut en geeft het het belang ervan dus weer.

Hierna wordt nagegaan in hoeverre mijn concepten voorkomen in dit modelstatuut om zo iets te kunnen zeggen over hoe goed (compleet) het modelstatuut de onafhankelijkheid beschrijft en waarborgt. Als dit is gebeurd, zijn de verzamelde statuten aan de beurt. In hoeverre behandelen deze de samengestelde concepten? En zijn er nog andere dingen die media eraan hebben toegevoegd? Dit geeft hopelijk een totaalbeeld van de status quo van statuten en een antwoord op de vraag hoe goed media hun onafhankelijke positie hierin beschrijven.

Daarbij kunnen tijdens het analyseren nog nieuwe codes ontdekt worden die aan de concepten kunnen worden toegevoegd. Het codesysteem kan dus nog erg goed worden uitgebreid. Welke thema's of onderwerpen keren vaak terug en hoe verhouden die verschillende thema's of onderwerpen zich tot elkaar (Boeije, 2005)?

#### **4.4 Corpus**

Het corpus van dit onderzoek bestaat uit veertien bestaande en meest actuele statuten van Nederlandse kranten. Om een algemenere uitspraak te kunnen doen over het maatschappelijk *discours*, namelijk redactiestatuten van Nederlandse kranten, is er breed georiënteerd. Er is een verdeling gemaakt tussen landelijke, regionale en lokale kranten. De doelstelling is om in ieder geval alle landelijke kranten te bereiken. Dit zijn het Algemeen Dagblad (De Persgroep Nederland), De Telegraaf (TMG), Trouw (De Persgroep Nederland), De Volkskrant (De Persgroep Nederland), Metro (TMG), NRC Handelsblad (NRC Media), Het Reformatorisch Dagblad (Erdee Media Groep), Nederlands Dagblad en het Financieele Dagblad (FD Mediagroep). Al deze kranten verschijnen dagelijks en worden dus ook wel dagbladen genoemd.

Voor de regionale kranten geldt dat ik er zo veel mogelijk probeer te bemachtigen. Dit zijn De Gelderlander (De Persgroep Nederland), De Stentor (De Persgroep Nederland), Brabants Dagblad (De Persgroep), Friesch Dagblad (Friesch Dagblad Holding), Provinciale Zeeuwse Courant (De Persgroep), Dagblad de Limburger (Media Groep Limburg), Noordhollands Dagblad en BN DeStem (De Persgroep).

Voor de lokale edities wordt contact opgenomen met de volgende kranten: Woerdense Courant (De Persgroep), Leeuwarder Courant, de Barneveldse Krant (BDUmedia), Leidsch Dagblad, Gooi-en Eemlander, Noordhollands Dagblad, Haarlems Dagblad (HDC Media - onderdeel TMG), Eindhovens Dagblad, Soester Courant, Scheveningsche Courant,

HaagWestNieuws, Heerenveense Courant, Groninger Gezinsbode, Meppeler Courant (Boom Uitgevers), Baarnsche Courant, Steenberger Courant, De Heraut en De Klaroen (Het Kontakt Edities).

Er is gekozen voor het opnemen van zowel landelijke, regionale en lokale kranten omdat er dan een vergelijking gemaakt kan worden. Volgens het Commissariaat voor de Media beschikken regionale kranten vaak niet over statuten (Lauf, persoonlijke communicatie, 22 maart 2016). Bovendien is hun positie in het veranderende medialandschap met het wegvallen van kleinere titels juist in gevaar en hebben ze juist nu een goed redactiestatuut nodig om op terug te vallen. Daarbij is het belang van onafhankelijke lokale nieuwsmedia volgens Norbert Witjes, hoofd content bij uitgever BDUmedia, groter dan ooit. “Het bereik van lokale media is vele malen groter, terwijl juist daar de onafhankelijkheid van de journalistiek verschilt van uitgever tot uitgever” (persoonlijke communicatie, 30 januari 2017). Het is voor hen extra van belang dat hun redactiestatuut goed in elkaar zit en dat zij ergens op kunnen terugvallen, mocht dit nodig zijn.

### **Validiteit**

*Externe validiteit.* ‘Generaliseerbaarheid is dat je conclusies kunt trekken die verder strekken dan de cases die onderzoekt’ (Blatter & Haverland, 2014: 27). Kan er aan de hand van de resultaten van de steekproef van dit onderzoek een generaliserende uitspraak gedaan worden over ‘de redactiestatuten van Nederlandse kranten’?

De redactiestatuten van zowel landelijke, regionale als lokale kranten worden onderzocht. Daarmee zijn alle soorten kranten met nieuwsvoorziening als doel vertegenwoordigd. Als de verdeling binnen deze groepen gelijk is, is het makkelijker een generaliserende uitspraak te doen. Er kunnen toch altijd uitschieters zijn die het anders doen dan de rest, die niet is onderzocht. De resultaten bij kwalitatief onderzoek zijn echter nooit statistisch representatief voor een grote populatie, maar geven wel een indicatie van ‘wat er speelt’ bij een relatief kleinere groep (Blatter & Haverland, 2014: 30).

*Interne validiteit.* De validiteit van het *coding frame*, het model met de concepten, is te testen door te kijken of de concepten goed aansluiten bij de onderzoeksvragen en of deze niet-overlappend zijn (Koetsenruijter & Van Hout, 2014: 182). Na een aantal keer schuiven met bepaalde labels in categorieën, is er een analysemodel ontstaan dat de aspecten van journalistieke onafhankelijkheid behandelt zonder overlap. De validiteit is daarbij verhoogd door een andere onderzoeker naar het materiaal te laten kijken.

## 5. Resultaten

Zoals uiteengezet is in het methode-hoofdstuk worden in dit hoofdstuk de resultaten van de zoektocht naar redactiestatuten en de daadwerkelijke inhoudsanalyses besproken. Eerst zal beschreven worden hoe de verzameling van mijn data verliep en welke reacties ik van de benaderde media heb ontvangen. Hierna zullen de bestudeerde statuten vergeleken worden met het modelstatuut zoals opgesteld door de NVJ. Daarbij zullen de gevonden labels of categorieën gepresenteerd worden en worden vergeleken met de *sensitizing concepts*. Ten slotte worden de zaken die verder naar voren kwamen tijdens de analyses, zoals de formulering van de statuten, besproken.

### 5.1 Beschikbaarheid en openheid

Om met de analyses te kunnen starten, moest eerst het materiaal verzameld worden. Dit begon in november 2016 met het zoeken op internet: via zoekwoorden op Google en via sites van kranten en nieuwsbladen zelf. Op de site van de NVJ vond ik al snel een redactiestatuut van het Algemeen Dagblad. De digitale zoektocht verliep daarna wat minder soepel. Alleen het redactiestatuut van de lokale krant van gemeente Haarlemmermeer, InforMeer, is online te vinden. Wel vond ik nog een preambule van het Eindhovens Dagblad.

Begin december begon ik daarom met het versturen van een mail naar de in de methode genoemde media waarin werd gevraagd of het medium over een redactiestatuut beschikte en of dit statuut gebruikt mocht worden voor mijn onderzoek. Deze mail is te vinden in bijlage 4. Hierbij werd het belang van het onderzoek voor hen als media en voor de journalistiek in het algemeen omschreven. Het Algemeen Dagblad werd daarbij gemaïld om te vragen of het redactiestatuut op de site van de NVJ hun meest actuele statuut was.

Het bleek al snel dat een willekeurige selectie zou resulteren in een te kleine verzameling data, omdat veel kranten niet reageerden, samen onder één eigenaar vielen of hun statuut niet wilden delen met derden. Uiteindelijk heb ik daarom besloten om zoveel mogelijk regionale en lokale kranten te benaderen en te kijken van welke kranten ik de statuten wel zou kunnen bemachtigen. In de volgende tabellen is te lezen van welke media ik een redactiestatuut heb ontvangen.

**Tabel 1. Beschikt landelijke krant X over een redactiestatuut? En is het openbaar?**

<b>Krant</b>	<b>Redactiestatuut</b>	<b>Openbaar</b>
Algemeen Dagblad	Ja	Niet meer
De Telegraaf	Naar eigen zeggen wel	Niet beschikbaar voor derden
Trouw	Ja	Nee
De Volkskrant	?	Nee
Metro	?	Nee
NRC Handelsblad/NRC Next	Ja	Nee
Het Reformatorisch Dagblad	Nee	-
Het Financieele Dagblad	Ja	Nee
Nederlands Dagblad	Ja	Nee
Kidsweek/7Days	Ja	Nee

Van de meeste landelijke kranten heb ik een reactie gehad. Alleen bij Metro, Algemeen Dagblad en de Volkskrant kreeg ik geen gehoor. Bij de Volkskrant kreeg ik na een paar keer bellen de persoon die ik moest hebben, maar nadat ik haar een mail stuurde, die ze naar eigen zeggen meteen zou beantwoorden, heb ik niets meer gehoord. Dit is erg jammer, omdat het redactiestatuut van de Volkskrant in 2016 vernieuwd zou zijn. Het Reformatorisch Dagblad gaf aan niet over een redactiestatuut te beschikken, maar wel met een proces bezig te zijn om dit samen te stellen. Geen van de statuten van landelijke kranten was openbaar. Het redactiestatuut van het Algemeen Dagblad stond tot een paar maanden terug op de site van de NVJ, maar is er afgehaald. Op de vraag of dat nog hun meest actuele redactiestatuut is, is niet geantwoord. Toch is dit statuut opgenomen in mijn corpus, omdat de kans bestaat dat dit statuut (uit 2013) nog steeds door hen gebruikt wordt.

Het statuut van NRC Handelsblad kreeg ik een paar dagen nadat ik de mail verstuurde, net zoals dat van de Leeuwarder Courant en HMC. De Telegraaf liet al snel weten dat het statuut een interne aangelegenheid is die niet met derden gedeeld wordt en dat de krant niet wil meewerken aan het onderzoek. Het Reformatorisch Dagblad lieten weten dat het bezig is met een traject om tot zo'n statuut te komen.

De onderstaande reactie kreeg ik van de hoofdredacteur van het Nederlands Dagblad. Deze reactie is een nuttige toelichting op de inhoud van het statuut.

## Nederlands Dagblad (Sjirk Kuijper - hoofdredacteur)

‘Bijgevoegd stuur ik je het redactiestatuut van het Nederlands Dagblad. In artikel 4.2 lees je over de positie van de hoofdredacteur ten opzichte van de directie. Sinds 2013 bestaat de directie uit twee statutaire bestuurders, te weten de directeur-uitgever en de hoofdredacteur/directeur. De taakverdeling tussen die beiden (mijn collega Rinder Sekeris en ik) is weer vastgelegd in een directiereglement. Het feit dat de hoofdredacteur lid is van de directie verstevigt de positie van de redactie t.o.v. de directie. Het maakt mij weliswaar medeverantwoordelijk voor het bedrijfsresultaat, maar het redactiestatuut voorkomt inmenging van 'de commerciële kant van het bedrijf' (namelijk de advertentieafdeling) in de inhoud.’

## Kidsweek en 7Days

Op mijn stageplek, bij kinderkrant Kidsweek en jongerenkrant 7Days, heb ik na meerdere keren vragen (bij de hoofdredactie, de redactiecoördinator en verschillende redacteuren) geen toegang gekregen tot het redactiestatuut. Volgens hen lag het ergens ‘onderop de stapel en moet het hoognodig vernieuwd worden.’ Een redacteur voegde hieraan toe dat het zo’n document is ‘dat je eigenlijk alleen ziet als je het in een situatie nodig hebt. En dat gebeurt niet zo vaak’.

In de volgende tabel is te lezen welke regionale kranten over een redactiestatuut beschikken en of deze openbaar zijn.

**Tabel 2. Beschikt regionale krant X over een redactiestatuut? En is het openbaar?**

Krant of krantengroep	Redactiestatuut	Openbaar
Het Parool	?	Nee
Provinciale Zeeuwse Courant (PZC)	Nee	Nee
BNDDeStem	Suggestieve ja	Nee
Tubantia	?	Nee
De Stentor	?	Nee
Friesch Dagblad	Ja	Nee
De Brabander	?	Nee
De Gelderlander	Ja	Nee
Leidsch Dagblad (HMC)	Ja	Nee
Haarlems Dagblad (HMC)	Ja	Nee
Gooi- en Eemlander (HMC)	Ja	Nee
Noordhollands Dagblad (HMC)	Ja	Nee



Van de regionale kranten heb ik de minste reacties gekregen. Het Parool, Tubantia, De Stentor en De Brabander hielden zich stil. Ook werd snel duidelijk dat een aantal kranten die ik apart had gemaïld onder dezelfde uitgever vielen, namelijk HMC Media. BN DeStem en PZC gaven aan niet mee te willen werken. Geen van deze media had hun redactiestatuut op hun site of ergens anders online staan.

**Friesch Dagblad** - Titia van Milgen (secretariaat)

‘Hierbij stuur ik u het gevraagde redactiestatuut met daarbij de opmerking dat *er naar gekeken wordt en het eventueel anders kan worden*. Het is een voornemen om het eens tegen het licht te houden.’

**De Gelderlander** - Tom Ruijfkroon (voorzitter redactieraad)

‘In de bijlage het huidige redactiestatuut van De Gelderlander. Het zal je duidelijk zijn dat dit statuut weliswaar nog voldoende handvatten geeft als het gaat om de onafhankelijkheid van de redactie, maar tevens dat het stuk over de gehele linie *niet meer geheel bij de tijd is*. In Persgroep-verband wordt dan ook onderzocht of, en zo ja hoe, we de verschillende statuten van de titels kunnen moderniseren.’

**Tabel 3. Beschikt lokale krant X over een redactiestatuut? En is het openbaar?**

Krant of krantengroep	Redactiestatuut	Openbaar
InforMeer (Hoofddorpse Courant)	Ja	Ja
Leeuwarder Courant	Ja	Nee
BDU Media (Barneveldse Krant)	Ja	Nee
Eindhovens Dagblad	?	Nee (wel preambule)
Woerdense Courant	Nee	-
Meppeler Courant	Ja	Nee
HaagWestNieuws	?	Nee
Scheveningsche Courant	?	Nee
Steenbergse Courant	Nee	-
Baarnsche Courant	Ja	Nee
Het Kontakt	Ja	Nee
De Heraut	Nee	-

Bij de lokale media kreeg ik de meeste reacties. De meeste lokale kranten beschikken ook over een redactiestatuut, wat de uitspraak van Lauf tegenspreekt. Wel kan het zijn dat net de media benaderd zijn die er wel een hebben en dat de media die niet hebben gereageerd niet over een statuut beschikken. Het Eindhovens Dagblad, HaagWestNieuws en de Scheveningsche Courant bleken onbereikbaar te zijn. Ook was het enige redactiestatuut dat ik online kon vinden van het huis-aan-huisblad van de gemeente Haarlemmermeer: InforMeer, wat een onderdeel is van de Hoofddorpse Courant. Ook van de lokale media zijn nuttige reacties ontvangen. Deze zijn hieronder te lezen.

#### **Leeuwarder Courant** (Hans Snijder - hoofdredacteur)

'Het statuut is *wat je zou kunnen noemen 'under construction'*. Zo is de uitgever van de krant al lange tijd de NDC, Noordelijke Dagblad Combinatie. Daarnaast is hoofdstuk twee *aangepast aan de huidige tijd maar nog niet formeel vastgelegd* en geaccordeerd door een plenaire vergadering.'

'Bovendien heeft de NDC sinds drie jaar een nieuwe directiestructuur waarin is opgenomen een zogenoemde Algemeen Hoofdredacteur. De hoofdredacteurs van de Leeuwarder Courant, het Dagblad van Noorden en het Friesch Dagblad vallen formeel onder hem, alsmede de huis aan huis bladen van de NDC. Het een en ander heeft zich *in het geweld van ingrijpende reorganisaties en het zoeken naar de meest optimale wijze van samenwerkingen nog niet vertaald in herziene statuten*. Feit is wel dat het bijgevoegde redactiestatuut nog altijd rechtsgeldig is en de Leeuwarder Courant (evenals de andere dagbladtitels) een eigen redactieraad heeft.'

#### **BDU Media** - Norbert Witjes (hoofd content)

'Uit de toelichting maak ik op dat de aanleiding ligt in een onderzoek van het Commissariaat voor de Media. Daar heb ik in maart 2015 ook aan meegewerkt. De conclusie van dat onderzoek was niet best. *Gelukkig behoor ik tot de 33% die zich geen zorgen maakt over de onafhankelijkheid van zijn medium*. Wel maak ik me zorgen over de teloorgang elders in het land. Het is dan ook nog steeds zeer belangrijk om te onderzoeken hoe het staat met de onafhankelijkheid van de nieuwsmedia. Ik wil daarbij pleiten voor opname van lokale nieuwsbladen in uw onderzoek. Naar mijn mening is het belang van deze lokale nieuwsmedia groter dan die van de regionale

dagbladen. Het bereik van de lokale media is vele malen groter, terwijl juist daar de onafhankelijkheid van de journalistiek verschilt van uitgever tot uitgever. Mocht het niet mogelijk zijn het huidige onderzoek naar regionale en landelijke kranten uit te breiden, dan hoop ik dat u geïnspireerd raakt om een vervolgonderzoek naar lokale kranten te (laten) starten. Bij BDUmedia hanteren we een redactiestatuut voor zowel ons lokale dagblad als onze 25 lokale nieuwsbladen. Investeren in de lokale journalistiek begint in mijn ogen met het waarborgen van de onafhankelijkheid in een redactiestatuut. Dat zouden alle uitgevers moeten doen.’

### **Steenberger Courant** (Peter Vermeulen)

‘Wij werken zonder redactiestatuten, al 135 jaar. Onze manier van opereren *zit in de genen*. Gestart in 1881 door mijn overgrootvader. Wij werken hier met een klein team. Onze krant staat midden in de gemeenschap. Wij werken “des huisvaders” (of huismoeders zoals je wilt). *Dat betekent dat je weet wanneer je wel en wanneer je niets moet schrijven en ook hoe je schrijft*. Onze teamleden voelen dat al snel aan. Geen statuut nodig dus.’

### **Sneeker Nieuwsblad** (Sjoerd Stiensma - redacteur)

‘Het SN is een nieuwsblad/huis-aan-huis dat *nooit helemaal onafhankelijk* kan zijn omdat adverteerders haar inkomstenbron zijn.’

Van de volgende kranten heb ik geen reactie gekregen: Algemeen Dagblad, Volkskrant, Metro, Het Parool, Dagblad van het Noorden, Tubantia, De Stentor, Eindhovens Dagblad, Groninger Gezinsbode, HaagWestNieuws, De Scheveningsche Courant, Soester Courant.

### **Nuttige inzichten**

De reacties die ik heb gekregen op mijn mail leiden tot een aantal inzichten. Ten eerste hebben veel media last van het *under construction*-syndroom. Zo is het statuut van de Leeuwarder Courant ‘under construction’, wordt er naar het statuut van het Friesch Dagblad gekeken en ‘kan het eventueel anders worden’ en is het statuut van De Gelderlander ‘niet meer geheel bij de tijd’. Daarnaast is er een aantal kranten dat aangeeft niet te willen meewerken aan het onderzoek, omdat het ‘een interne aangelegenheid’ is (Telegraaf) en zijn er kranten die de meerwaarde van een redactiestatuut niet erkennen, omdat ze zich geen

zorgen maken over de journalistieke onafhankelijkheid van de redactie (PWC) of omdat ‘de manier van opereren in de genen zit’ (Steenberger Courant). Anderen zien juist wel het belang van het investeren van journalistiek door middel van het waarborgen van onafhankelijkheid in een redactiestatuut (BDU). Redactiestatuten lijken dus gevoelige documenten te zijn. Redacties lopen er niet graag mee te zwaaien en delen het soms dus ook niet met anderen. Toch zijn er veertien redactiestatuten verzameld die geanalyseerd kunnen worden.

## 5.2 Inhoudsanalyses

De inhoudsanalyses zijn gedaan in de periode van begin januari 2017 tot en met maart 2017. In deze paragraaf worden de resultaten van de analyses besproken. Hiervoor worden allereerst de statuten vergeleken met het modelstatuut van de NVJ. Hierna wordt gekeken in hoeverre mijn *sensitizing concepts* aanwezig zijn in de statuten en welke zaken er aan toegevoegd zijn.

### 5.2.1 Een vergelijking met het modelstatuut

Tijdens een eerste analyseronde, waarbij ik zaken die met onafhankelijkheid te maken hebben heb gemarkeerd, viel het me op dat veel statuten zich hebben laten inspireren door dit modelstatuut. De indeling die daar is gebruikt, komt in bijna alle statuten wel terug. Sommige kranten hebben dingen eraan toegevoegd, andere hebben juist dingen weggelaten. In de volgende tabellen is te lezen in hoeverre deze punten zijn overgenomen, te beginnen met de landelijke kranten.

Tabel 4. Landelijke kranten en de punten uit het modelstatuut

	Trouw	NRC Handelsblad	FD	AD	Nederlands Dagblad
Het dagblad en zijn functie	-	-	-	✓	-
Beginselverklaring	✓	✓	✓	✓	✓
De organen	✓	✓	✓	✓	✓
Benoeming/verkiezing en werkwijze organen	✓	✓	✓	✓	✓
Bevoegdheden organen	✓	✓	✓	✓	✓
Personeelsbeleid	-	✓	-	✓	✓
Persoonlijke verantwoordelijkheid	✓	✓	-	✓	✓
Redactiebudget	-	✓	-	✓	✓
Structuurwijzigingen	-	✓	-	✓	✓
Regeling meningsverschillen/ ontslag	✓	✓	✓	✓	✓
Slotbepaling	✓	✓	✓	✓	✓

De landelijke kranten geven vaak een eigen draai aan hun statuut. De volgorde van de punten uit het modelstatuut verschilt hier het meest en ook worden er vaak dingen weggelaten of toegevoegd. Vooral Trouw en Het Financieele Dagblad hebben dingen weggelaten, zoals het redactiebudget en structuurwijzigingen. Trouw heeft wel een preambule, een begripsomschrijving en ‘Beroepsrecht’ toegevoegd. Ook is er een aparte paragraaf over de verantwoordelijkheden en taken van directie. In de meeste andere statuten worden de precieze taken en verantwoordelijkheden van de directie meer achterwege gelaten of weggestopt in één zin. Ook het Algemeen Dagblad heeft een korte paragraaf opgenomen over de verhouding tussen directie en redactie. Een opvallend punt dat er verder in wordt besproken, is het punt ‘Het redactioneel systeem’, dat gaat over computersystemen waar de redactie mee werkt en de vertrouwelijkheid van de gegevens die hierin worden opgeslagen. Ook in het statuut van het Nederlands Dagblad en NRC Handelsblad staat beschreven dat er vertrouwelijk met redactionele gegevens dient te worden omgegaan. Dit punt staat (nog) niet in het modelstatuut.

**Tabel 5. Regionale kranten en de punten uit het model-redactiestatuut**

	De Gelderlander	HDC Media	Friesch Dagblad
Het dagblad en zijn functie	✓	✓	✓
Beginselverklaring	✓	✓	✓
De organen	✓	✓	✓
Benoeming/verkiezing en werkwijze organen	✓	✓	✓
Bevoegdheden organen	✓	✓	✓
Personeelsbeleid	✓	✓	✓
Persoonlijke verantwoordelijkheid	✓	-	✓
Redactiebudget	✓	✓	✓
Structuurwijzigingen	✓	✓	✓
Regeling meningsverschillen/ ontslag	✓	✓	✓
Slotbepaling	✓	✓	✓

De regionale edities blijken het meest de punten uit het modelstatuut over te nemen. Alleen de persoonlijke verantwoordelijkheid is een keer overgeslagen door HMC (voorheen HDC). De

Gelderlander werkt met vier hoofdstukken in plaats van punten. Zo heeft het na de beginselverklaring een hoofdstuk ‘Uitgangspunten’, wat een mix is van ‘Het dagblad en zijn functie’ en ‘Bevoegdheden organen’. Het tweede hoofdstuk gaat over de redactionele richtlijnen en heeft het meest te maken met het waarborgen van de onafhankelijkheid. Zo staat hier dat het zich niet bindt aan groeperingen of personen en dat het streeft naar ‘een zo evenwichtig mogelijke en accurate weergave van zorgvuldig gecontroleerde feiten’. Het derde hoofdstuk beschrijft de samenstelling, de taken, bevoegdheden en het ontslag van de organen (hoofdredacteur en redactieraad). In het vierde hoofdstuk wordt vervolgens het personeelsbeleid, de persoonlijke verantwoordelijkheid, het redactiebudget, structuur- en bezitswijzigingen besproken. Hierin zijn ook het reglement van de redactieraad, het kiesreglement van de redactieraad en het reglement redactievergadering opgenomen.

Het redactiestatuut van het Friesch Dagblad lijkt qua indeling een directe kopie van het modelstatuut, wat het redelijk overzichtelijk maakt. Wel heeft het de punten wat ingekort en heeft het de punten soms een andere invulling gegeven. De beginselverklaring is opgenomen in een ander reglement dat niet is toegevoegd aan het statuut. Het redactiestatuut van HMC heeft ook de volgorde van het modelstatuut aangehouden, maar heeft nog het punt ‘Algemene Bepalingen’ toegevoegd, waarin nadere informatie wordt gegeven over termen die in het statuut te vinden zijn. De toegevoegde bijlage bevat de sollicitatieprocedure voor een nieuwe (algemeen) hoofdredacteur.

Tabel 6. Lokale kranten en de punten uit het modelstatuut

	BDU Media	Het Kontakt Edities	Leeuwarder Courant	InforMeer (Haarlemmermeer)	Boom Uitgevers	Baarnsche Courant
Het dagblad en zijn functie	✓	-	✓	-	-	✓
Beginselverklaring	✓	✓	✓	✓	✓	✓
De organen	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Benoeming/verkiezing en werkwijze organen	✓	-	✓	Werkwijze: ✓	✓	✓ werkwijze - benoeming
Bevoegdheden organen	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Personeelsbeleid	-	-	✓	-	-	-
Persoonlijke verantwoordelijkheid	-	✓	✓	-	-	-
Redactiebudget	✓	✓	✓	✓	-	-
Structuurwijzigingen	✓	✓	✓	-	-	✓
Regeling meningsverschillen/ ontslag	-	✓	✓	-	✓	✓
Slotbepaling	✓	✓	✓	-	-	✓

Bij lokale media is er veel meer variatie te zien in het gebruik van de punten uit het modelstatuut. ‘Het dagblad en zijn functie’, ‘Personeelsbeleid’, ‘Persoonlijke verantwoordelijkheid’ en ‘Redactiebudget’ worden vaak weggelaten. Wel beschikken alle statuten over een beginselverklaring, die soms de redactieformule wordt genoemd. De lengte van dit punt verschilt wel van een zin tot twee A4’tjes. Ook al is dit modelstatuut bedoeld voor dagbladen en worden lokale edities meestal niet dagelijks verspreid, het lijkt toch ook voor deze media een inspiratiebron te zijn. Zo hebben het Friesch Dagblad en de Leeuwarder Courant de punten in precieze volgorde overgenomen. Ook de inhoud bij deze punten verschilt amper van die van het modelstatuut. Er zijn natuurlijk ook uitzonderingen. Het redactiestatuut van BDUmedia is wat korter dan de rest, maar toch erg duidelijk. De meeste aspecten van het modelstatuut zijn overgenomen, maar staan in een andere volgorde. Een mooie toevoeging aan dit statuut is het punt ‘overige bepalingen’, waarin wordt gezegd dat medewerkers van het Contenthuis (waarvan me niet helemaal duidelijk is hoe dit is samengesteld) absoluut niet politiek actief mogen zijn binnen de gemeente(n) en/of provincies waarin de merken verschijnen, waarvoor zij werkzaam zijn. Het maakt dit statuut soms enigszins onduidelijk omdat er niet wordt uitgelegd wat er met de organen het Hoofd Content

en Het Contenthuis precies bedoeld wordt. In een begrips- of definitieomschrijving had dit goed uitgelegd kunnen worden. Ook het orgaan ‘de redactieraad’ wordt niet besproken, wat in de meeste andere statuten toch vaak uitgebreid aan bod komt.

Het redactiestatuut van Het Kontakt verschilt in meerdere opzichten van het modelstatuut en de andere statuten. Er wordt eerst verteld wat het doel van het redactiestatuut is. Bij de meeste statuten is het eerste punt een uiteenzetting van het dagblad en zijn functie, zoals ook in het modelstatuut staat. Als tweede komt de redactieformule, die te vergelijken is met de beginselverklaring. Hierna volgt een uitgebreid hoofdstuk over de bevoegdheden van de organen. Opvallend hierbij is dat de hoofdredacteur van alle onder deze titel vallende edities verantwoordelijk is voor de redactionele formule en de redactionele inhoud van de krant, maar dat tegelijkertijd de eindredacteuren verantwoordelijk zijn voor hun eigen editie en hier weer verantwoording voor moeten afleggen bij de hoofdredactie. Daarnaast wordt er niet gesproken over een redactieraad. Wel is er elke maand een Commercieel Overleg, waarbij de hoofdredactie de redactie vertegenwoordigt in gesprek met de manager marketing & sales en de clustermanagers. Ook is er een vergadering van eindredacteuren, maar daar wordt verder niet veel over gezegd. In dit statuut is ook een belangrijk hoofdstuk opgenomen over de verhouding tussen redactie en commercie die ik niet in andere statuten tegen ben gekomen. Hierin wordt gezegd dat de lezersmarkt primair van belang is voor de redactie en secundair pas de adverteerders, die ook nodig zijn om het huis-aan-huisblad in leven te houden.

Uit deze vergelijking tussen het modelstatuut en de verzamelde statuten blijkt dat de meeste punten uit het modelstatuut door media wordt overgenomen en dat media dit dus blijkbaar relevante punten vinden. Sommige media hebben hier nog een begripsomschrijving of definities aan toegevoegd, waarin begrippen die onduidelijk kunnen zijn, worden uitgelegd. De beginselverklaring wordt ook vaak ‘Identiteit’ of ‘Uitgangspunten’ genoemd.

### **5.2.2 Het modelstatuut: journalistieke onafhankelijkheid**

Omdat het modelstatuut een basis vormt voor veel op te stellen statuten, is de het zinvol om te kijken hoe (goed) dit modelstatuut de onafhankelijkheid waarborgt in het model. Hiervoor is eerst alles wat in mijn optiek met onafhankelijkheid te maken heeft gemarkeerd, waarmee de *sensitizing concepts* de basis vormden. Uit deze eerste analyseronde kwamen de volgende passages naar voren:



‘doordat het, door de algemene aard van zijn informatie in woord en beeld, aan vele duizenden over het maatschappelijk leven, de publieke functie vervult van massacommunicatiemiddel en aldus het **functioneren van de democratie** mogelijk maakt.’ (1.1)

Democratie betekent dat iedereen een stem heeft, dat niemand het gevoel heeft niet gehoord te (kunnen) worden. Juist in de journalistiek is dit belangrijk, omdat het een zo compleet mogelijk beeld moet geven van wat er in de samenleving gebeurt. Een medium is onafhankelijk door een gevarieerd beeld neer te zetten van de maatschappij waarin we leven, zonder voorkeur voor een bepaald deel uit deze maatschappij.

‘doordat het, als massacommunicatiemiddel, **geheel onafhankelijk** van vorenbedoelde eigen informatie tevens medium is voor het tegen betaling overbrengen van mededelingen (advertenties) van particulieren, bedrijfsleven en overheden aan zijn publiek.’ (1.1)

Hiermee zegt een medium letterlijk dat het onafhankelijk opereert, maar wel rekening moet houden met het feit dat een krant ook dingen verspreidt die tegen betaling zijn verkregen. Dit laatste maakt een medium juist meer afhankelijk. Als dit echter niet gebeurt, bestaat de mogelijkheid dat de kosten niet meer gedekt kunnen worden.

‘Het dagblad heeft, doordat het als massacommunicatiemiddel voldoet aan de behoefte aan informatie van de lezers, met andere industriële producten gemeen dat het **mede afhankelijk is van de behoefte van het lezerspubliek** en voorts van een situatie **waarbij de inkomsten, verbonden aan het uitgeven van dat product minstens de daaraan verbonden kosten blijvend dekken.**’ (1.2)

Ook hier wordt het belang van inkomsten omschreven. Een krant moet wel rekening houden met de behoeften van zijn publiek, om zo lezers aan te (blijven) trekken en geld binnen te halen met abonnementen en losse verkoop. Alleen op deze manier kan een krant blijven bestaan. Hier is de onafhankelijkheid dus ook duidelijk in het geding.

‘De bijzondere aard van het dagblad stelt bijzondere eisen aan de structuur van de organen die bij het produceren van de redactionele inhoud van het dagblad zijn

betrokken. De redactie dient haar **informatieverwervende en -verstreckende taak** binnen het kader van hetgeen in de beginselverklaring is vastgelegd, te kunnen uitvoeren **zonder rechtstreekse beïnvloeding door wie dan ook, noch van buitenaf noch van binnenuit**, anders dan op de wijze als in dit statuut wordt geregeld.’ (3.1)

In deze passage, die over de taken van de verschillende partijen (organen) gaat, wordt gezegd dat een krant zonder rechtstreekse (zowel externe als interne) beïnvloeding hoort te werken. Wat deze beïnvloeding precies kan zijn, zoals de invloed van politici of PR-mensen, wordt niet benoemd.

‘De hoofdredactie heeft de leiding van de redactie van het dagblad en is **verantwoordelijk voor de redactionele inhoud** ervan.’ (3.2)

In de, volgens het modelstatuut, ideale situatie heeft de hoofdredactie de verantwoordelijkheid over dat wat de redactie schrijft. Als deze verantwoordelijkheid bij de directie had gelegen, is de kans op beïnvloeding groter, omdat dan inkomsten zeer waarschijnlijk een belangrijkere rol spelen dan bijvoorbeeld de pluriformiteit van het aanbod.

‘De directie zorgt in het kader van de algemene bedrijfsvoering voor **optimale voorwaarden om de informatieve functie** van het dagblad tot haar recht te doen komen, onverlet de verantwoordelijkheid van de hoofdredactie.’ (3.3)

De directie is dus verplicht om het informatieve doel van de krant te stimuleren, wat een van de journalistieke kernwaarden is.

‘Er is een redactieraad, die het orgaan is voor de **medezeggenschap van de redactie** in alle zaken betreffende de redactionele taak en functie. De redactieraad is tevens het orgaan van wederzijdse informatie en onderling beraad tussen redactie en hoofdredactie en vertegenwoordigt bovendien de redactie bij **het overleg met de directie**.’ (3.4)

De redactieraad is een afvaardiging van de redactie, die eens in de zoveel tijd met elkaar het redactionele beleid bespreekt. Als redacteuren het niet eens zijn met de gang van zaken, kunnen ze aan de bel trekken bij bijvoorbeeld een redactievergadering. Deze redactieraad

treedt dan op namens de hele redactie en kan zo mogelijk bedreigende plannen van de directie proberen te voorkomen. Zo kan een redactie onafhankelijker van de directie of uitgever werken.

‘Slechts door **nauwe samenwerking, voortdurende, wederzijdse informatie en blijvend goed overleg** zijn directie en hoofdredactie (...) en redactie in staat de specifieke facetten van het dagblad optimaal tot hun recht te laten komen. Daarbij zullen zij – met behoud van hun specifieke verantwoordelijkheden – zowel **de redactionele als de financiële, commerciële, sociale, technische en administratieve factoren ter harte dienen te nemen.**’ (3.6)

De organen hebben elkaar nodig als ze een idee willen doorvoeren. Hiermee is het onmogelijk dat een partij zonder overleg een verandering doorvoert. De directie moet dan overleggen met de hoofdredactie, die op haar beurt weer overlegt met de redactieraad. Zo heeft iedereen een stem, wat de onafhankelijkheid van de redactie ten opzichte van de directie bevordert. Dit betekent echter ook dat de (hoofd)redactie niet zelfstandig kan opereren, omdat het altijd eerst de goedkeuring van de directie nodig heeft.

Bij dit soort overleg moet iedere partij wel rekening houden met de factoren die in de tekst dikgedrukt staan. De directie houdt dus rekening met het feit dat de (hoofd)redactie bijvoorbeeld een veelzijdige evenwichtige krant wil maken en de (hoofd)redactie met het feit dat er ook geld verdiend moet worden om de kosten te kunnen dekken.

‘Stemgerechtigde leden van de redactievergadering zijn alle journalisten, **vallende onder de cao voor dagbladjournalisten** voor zover zij hun proeftijd hebben voltooid.’ (4.2.5)

Hiermee worden alle freelancers die in dienst zijn uitgesloten, omdat zij buiten deze cao vallen. Zij hebben dus niet dezelfde rechten als alle vaste werknemers, ook niet als zij net zo veel uren maken. Zij hebben bijvoorbeeld geen stemrecht bij redactievergaderingen. Dit is wel lastig, want volgens het CvdM zijn er steeds meer freelancers in dienst, omdat deze goedkoper zijn.

‘De hoofdredacteur heeft een **eigen zelfstandige verantwoordelijkheid** voor de redactionele inhoud van het dagblad.’ (5.1.1)

Met deze zin wordt de onafhankelijkheid van de redactie van de directie of uitgever het duidelijkst omschreven en gewaarborgd. De hoofdredacteur bepaalt zelfstandig de uiteindelijke inhoud. Hij kan wel punten die de directie heeft aangedragen meenemen in zijn beslissing, maar het oordeel ligt bij hem. Zo kan de directie hem of haar dus niet verplichten iets te publiceren om bijvoorbeeld geld te verdienen.

In de volgende passages wordt de macht van zowel de directie als de hoofdredactie om zonder overleg beslissingen te maken ingeperkt. Voor de directie geldt dat ideeën over het redactionele beleid eerst moeten worden besproken met de hoofdredactie.

‘In alle gevallen waarin de directie weet of kan vermoeden dat haar beslissingen ten aanzien van de algemene bedrijfsvoering **rechtstreeks of zijdelings invloed van belang kunnen hebben op het redactionele beleid** pleegt zij vooraf overleg met de hoofdredactie.’ (5.1.4)

Voor de hoofdredactie geldt dat deze moet overleggen met de directie als vermoed wordt dat een beslissing invloed heeft op de bedrijfsvoering.

‘Beslissingen ten aanzien van de journalistieke productie, **die belangrijke invloed kunnen hebben op de bedrijfsvoering van de uitgeverij**, kan de hoofdredactie slechts nemen in overleg met de directie.’ (5.6.1)

In 5.1.7 wordt gezegd dat directie en hoofdredactie ook overleg moeten plegen over bijvoorbeeld het veranderen van de kop van de krant, het maken van ingrijpende typografische wijzigingen van de krant, het opnemen of weigeren van advertenties waarbij de redactionele inhoud van het dagblad of de krant is betrokken en het bepalen van de omvang van de krant.

‘De hoofdredactie wordt uitgenodigd tot het bijwonen van vergaderingen van commissarissen en andere colleges van toezicht voor zover het te behandelen **rechtstreeks invloed heeft op de redactionele functie** van de dagbladuitgave(n).’ (5.1.10)

Ook hierbij zie je dat de hoofdredactie wordt betrokken bij zaken die invloed kunnen hebben op het redactionele beleid. Hiermee wordt de bepalende macht van deze commissarissen en

andere colleges van toezicht ingeperkt. De volgende passage is een voorbeeld van het bevorderen van journalistieke autonomie.

‘Wanneer de hoofdredactie krachtens haar bevoegdheid onder artikel 3.2 **wijzigingen aanbrengt** of doet aanbrengen in verslagen of artikelen van redacteuren, kan de betrokkene verlangen dat het stuk niet wordt ondertekend.’ (7.2)

Een redacteur moet ook onafhankelijk van beïnvloeding door hoofdredacteur of directie zijn stukken kunnen schrijven en in beroep kunnen gaan als er dingen worden gewijzigd.

‘Wanneer tussen een hoofdredacteur en directie(...) een onoverbrugbaar verschil van mening bestaat over het redactionele beleid (...), heeft **de hoofdredacteur evenals de directie het recht gehoord te worden.**’ (10.1)

Dit voorkomt dat er bij een conflict naar één partij wordt geluisterd. Op deze manier is het oordeel van de directie niet automatisch bindend, wat de onafhankelijkheid van de redactie bevordert.

De inzichten die uit de analyse van het modelstatuut kwamen, heb ik later toegevoegd aan mijn model met concepten, waarmee de verzamelde statuten geanalyseerd zijn.

### **Is het modelstatuut compleet?**

Niet alle concepten die ik verwacht had aan te treffen heb ik ook daadwerkelijk aangetroffen. Ik zal per concept bespreken wat erover in het modelstatuut staat.

*Beperking interne druk voor redacteuren.* Over de interne druk en de bescherming hiertegen wordt in het modelstatuut eigenlijk weinig gesproken. Er is bijvoorbeeld niets te vinden over een mogelijke beperking van het aantal freelancers. Over het belang van lees- en verkoopcijfers wordt alleen gezegd dat het voor een gezonde onderneming nodig is dat de kosten kunnen worden gedekt en dat het dus ook belangrijk is dat de krant verkoopt. Over de tijd die redacteuren moeten krijgen om hun stukken te schrijven en te verifiëren wordt niets gezegd. Wel wordt er uitgebreid ingegaan op de organisatiestructuur, waarbij de taken, bevoegdheden en verantwoordelijkheden van alle organen worden besproken.

Over de zelfstandigheid van de journalist bij het schrijven van zijn stuk wordt niet veel gesproken. Er wordt alleen ingegaan op wat er gebeurt als een redacteur ernstige gewetensbezwaren heeft tegen een aan hem verstrekte opdracht. Er staat ook dat de directie

niet zomaar een kop van een artikel mag veranderen en geen ingrijpende typografische veranderingen mag doorvoeren. Bij het punt ‘Persoonlijke verantwoordelijkheid’ staat verder dat een redacteur kan aangeven dat zijn of haar naam niet onder het artikel moet komen te staan als de hoofdredactie er wijzigingen in aan heeft gebracht. Er staat niets in over de eigen verantwoordelijkheid van de redacteur om te bepalen waar de nadruk ligt in zijn artikel, wie er aan bod komt of wat de invalshoek is.

*Vermijden belangenverstrengeling.* Opvallend is dat er ook weinig wordt gezegd over externe beïnvloeding. Zo staat er niets in over aangeleverd materiaal van *public relations*, niets over mogelijke invloed van bedrijven of andere belanghebbenden op de inhoud van het nieuws en niets over informatie die van de overheid of politici is verkregen. Over de invloed van het lezerspubliek wordt wel kort gezegd dat de krant mede afhankelijk is van hun behoeften.

Op de journalistieke autonomie van redacteurs wordt ook niet ingegaan. De rechten van de redacteur, bijvoorbeeld het zelf bepalen van bronnen en een invalshoek, wordt overgeslagen.

*De invloed van sociale media.* Het begrip ‘sociale media’ is in het modelstatuut niet te vinden. Er is ook niets te vinden over hoe een redacteur de sociale mediaplatformen moet gebruiken in het nieuwsselectieproces en of en hoe artikelen verspreid mogen worden via sociale media. Er bestaat wel een model, samengesteld door NVJ, voor ‘Redactiestatuut Internet’, maar dit gaat over het garanderen van journalistieke onafhankelijkheid van het medium op hun website en heeft dus niets te maken met het gebruik van sociale mediaplatformen.

*Journalistieke kernwaarden.* Ten slotte heb ik gekeken of er in het modelstatuut iets te vinden is over de inhoud van het nieuws. Dit houdt in dat een krant bijvoorbeeld zo neutraal en compleet mogelijk probeert te zijn en dat verkregen informatie nauwkeurig wordt gecontroleerd op de juistheid. In het modelstatuut is dit niet opgenomen, maar het zegt wel dat een krant dit onder de beginselverklaring moet opnemen in het redactiestatuut. In de verzamelde statuten verwacht ik dit dus wel aan te treffen.

Het modelstatuut beschrijft wat betreft onafhankelijkheid dus vooral de organisatiestructuur van een krant en beschermt hiermee vooral de interne druk voor redacteurs en hun onafhankelijkheid ten opzichte van de directie. Het beperkt de macht van de directie en de uitgever, het scheidt de verantwoordelijkheid voor redactionele inhoud en voor het bedrijf als

geheel en het geeft aan dat er voor een goed verloop regelmatig overleg gepleegd moet worden tussen de verschillende organen. Om de redactie te vertegenwoordigen is er een redactieraad in het leven geroepen, die bij belangrijke beslissingen mee kan denken en kan stemmen op voorstellen van hoofdredactie of directie. Er staat één zin in over het beperken van rechtstreekse invloeden van binnenuit en buitenaf, maar er wordt niet concreet gemaakt over welke invloeden dit gaat. Het is opvallend dat er ook niets te vinden is over de invloed van nieuwe, sociale media.

### **5.2.3 Verzamelde statuten: journalistieke onafhankelijkheid**

Na het analyseren van het modelstatuut, is het nu tijd om de verzamelde statuten onder de loep te nemen. Komt wat hierin gezegd wordt overeen met dat wat er in het modelstatuut staat? Of is het compleet anders? En nog interessanter: hebben media dingen aan dit modelstatuut toegevoegd die de onafhankelijkheid dienen te waarborgen? De uitgebreide uitwerking hiervan is te vinden in bijlage 8. Hieronder worden de opvallende zaken benoemd. Daarbij is ook gekeken naar (verschillen in) formulering bij de statuten.

#### **Landelijke kranten**

*Beperking interne factoren voor redacteuren.* De interne aangelegenheden die een (negatieve) invloed kunnen hebben op de onafhankelijkheid van media, wordt bij de verzamelde landelijke kranten amper besproken. De enige punten die erin voorkomen zijn de eigen identiteit van de kranten - meestal in de beginselverklaring of redactieformule - en het gegeven dat de hoofdredactie op de hoogte wordt gesteld van plannen tot een fusie of reorganisatie. Dit staat ook in het modelstatuut. Ik had verwacht dat er iets in zou staan over het vermijden van marktgericht denken, maar het tegenovergestelde is waar: het belang van voorkeuren van publiek wordt juist belicht, omdat alleen zo de onderneming kan blijven bestaan. Het Financieele Dagblad en het Algemeen Dagblad hebben dit ook zo neergezet in hun statuut, de rest zwijgt erover. Over het tegengaan van een te hoge werkdruk voor de redacteuren wordt ook niet gesproken.

Wel wordt er, behalve bij het FD, ingegaan op de mogelijkheden die een redacteur heeft als hij het niet eens is met wijzigingen die in zijn artikel zijn aangebracht of als hij bezwaar heeft tegen het schrijven van een artikel. In het redactiestatuut van het Nederlands Dagblad is ook te lezen dat de redactie een eigen verantwoordelijkheid heeft en bij Trouw staat er dat de redacteuren een eigen verantwoordelijkheid hebben voor het door hen geleverde werk.

Over de interne organisatiestructuur staat er bij het Financieele Dagblad dat een hoofdredacteur benoemd wordt door een selectiecommissie waarin, naast twee redacteurs, ook de directeur-uitgever en het hoofd van P&O een stem hebben. Hierdoor zou de directeur-uitgever invloed kunnen hebben op de benoeming, bijvoorbeeld door iemand te benoemen die de financiële belangen erg belangrijk vindt. Daarna moet dit plan echter nog wel goedgekeurd worden door de raad van commissarissen. Bij het Nederlands Dagblad is het zo dat de hoofdredacteur lid kan zijn van de directie. Dit is volgens de hoofdredacteur Sjirk Kuijper geen probleem: “Het feit dat de hoofdredacteur lid is van de directie verstevigt de positie van de redactie ten opzichte van de directie. Het maakt mij weliswaar medeverantwoordelijk voor het bedrijfsresultaat, maar het redactiestatuut voorkomt inmenging van 'de commerciële kant van het bedrijf' (namelijk de advertentieafdeling) in de inhoud.” Op de vraag of hij niet bang is voor mogelijke beïnvloeding, heb ik geen antwoord gekregen.

Bij bijvoorbeeld het Algemeen Dagblad moet een plan van de directie ook eerst langs het bestuur en de Raad van Commissarissen voordat het kan worden doorgevoerd. Zo kan een directeur een hoofdredacteur niet zomaar ontslaan bij een verschil van mening en al helemaal niet als dit verschil van mening gaat over het handhaven van het redactionele beleid. Dat is immers de taak van de hoofdredactie en niet van de directie.

Opvallend is ook dat in alle statuten van de landelijke edities uiteen wordt gezet dat de hoofdredacteur verantwoordelijk is voor de uiteindelijke redactionele inhoud, behalve bij het Nederlands Dagblad, waar de hoofdredacteur onderdeel is van de directie. Verder beschikken alle redacties over een redactieraad en behandelen ze dat de directie eerst overleg moet plegen met de hoofdredactie of redactieraad vóór het ingrijpende beslissingen mag nemen. Dit beperkt de macht van de directie. Trouw en Het Financieele Dagblad benoemen hun onafhankelijke positie tegenover deze directie of uitgever. Trouw zegt dit zelfs drie keer: twee keer door te zeggen dat het een onafhankelijk dagblad is en door te vermelden dat het waakt over de journalistieke onafhankelijkheid.

*Vermijden belangenverstremeling.* Externe invloeden op het redactionele beleid worden eigenlijk in alle statuten erg kort benoemd. Het blijft allemaal erg vaag: ‘we waken over journalistieke onafhankelijkheid’ (Trouw) of ‘zonder last of directe beïnvloeding door wie dan ook’ (ND, AD). Het Financieele Dagblad specificiert dit iets meer: ‘De redactie heeft als taak nieuws, achtergronden en commentaar als in artikel 2 bedoeld te publiceren, onafhankelijk van politieke of commerciële belangen of invloeden en zonder vooringenomenheid en met inachtneming van hoge professionele journalistieke maatstaven’. Hier worden de externe invloed van politiek en commercie uitgesloten, in ieder geval volgens dit statuut.



*De invloed van sociale media.* In geen van de statuten ben ik normen over het gebruik van sociale media tegengekomen.

*Journalistieke kernwaarden.* Niet alle landelijke kranten behandelen de inhoudelijke normen voor de geschreven artikelen. Als dit wel aanwezig was, stond het bij in de beginselverklaring, redactieformule, preambule of identiteit in het statuut. Alle statuten, op dat van het Nederlands Dagblad na, beschrijven dat de producties het algemeen belang dienen en daarmee een toevoeging zijn voor de parlementaire democratie. Trouw en het AD behandelen de meeste concepten, zoals het scheiden van een mening en feit en het streven naar veelzijdigheid in de berichtgeving. Verder worden nog andere woorden genoemd waaraan de artikelen moeten voldoen: betrouwbaarheid, kritische blik, diepgaand, analyserend, populair, bevattelijk en een zo hoog mogelijke kwaliteit. Het FD probeert al deze journalistieke waarden te omvatten door te zeggen dat ze hun werk doen op grond van hoge journalistieke maatstaven.

*Toevoegingen.* De landelijke kranten behandelen veel punten die in het modelstatuut van de NVJ staan. Sommige statuten hebben er echter nog wel wat aan toegevoegd. Het NRC Handelsblad, het Algemeen Dagblad en het Nederlands Dagblad hebben bijvoorbeeld alle drie een paragraaf aan hun statuut toegevoegd die aangeeft hoe er met de gebruikte computersystemen voor de vervaardiging en verwerking en tekst en illustraties wordt omgegaan. In alle drie de stukken wordt ongeveer hetzelfde behandeld: wie heeft de zeggenschap over de redactionele gegevens, bij wie ligt de beheerstaak en hoe wordt er omgegaan met vertrouwelijke gegevens? Hieraan zie je dat ze geprobeerd hebben hun statuut te actualiseren en mee te gaan in een tijd waarin de digitalisering duidelijk zijn sporen nalaat.

### **Formulering**

Het taalgebruik in de statuten van de landelijke kranten is over het algemeen moderner en duidelijker dan de taal die in het modelstatuut gebruikt wordt. De zinnen zijn een stuk korter, waardoor het beter leesbaar is. Zo is het statuut van het Algemeen Dagblad voor de meeste mensen goed te begrijpen, ook zonder weet te hebben van de context. Ook het statuut van het ND bevat weinig moeilijke woorden en lange zinnen en is daarmee goed te lezen. Wel ben ik in dit statuut de uitdrukking ‘mutatis mutandis’ tegengekomen, wat ‘nadat veranderd is wat veranderd moet worden’ betekent. Het statuut van het FD is door de actieve stijl ook

makkelijker te lezen dan het modelstatuut.

Het statuut van NRC lijkt qua taalgebruik het meest op het modelstatuut en heeft de meeste constructies ook gewoon overgenomen, vooral bij de omschrijving van de taken, bevoegdheden en verantwoordelijkheid van de organen. Daarbij zijn alle zinsconstructies in de beginselverklaring passief, zoals ‘Publicaties van NRC worden geredigeerd vanuit (...)’. Hier zie je ook een nominalisatie, namelijk bij het voorop geplaatste ‘publicaties’, wat van het werkwoord ‘publiceren’ is afgeleid. Dit is later ook te zien bij bijvoorbeeld de bevoegdheden van de redactieraad, die na instemming van de redactievergadering het volgende mag: ‘benoeming en ontslag van de hoofdredacteur’ en ‘wijziging in de beginselen en het karakter en de verschijningsvorm van de krant’. Ook voert de raad overleg met hoofdredactie bij ‘het handhaven van de redactionele beginselen’. Deze constructie is ook terug te vinden in het statuut van Trouw. Hierin staan ook wat ouderwetse uitdrukkingen als ‘dienovereenkomstig’, ‘indien tengevolge van’ en ‘terstond’, die makkelijk vervangen kunnen worden. In beide statuten wordt ‘zulks’ gebruikt op een plaats waar ook goed ‘dus’ had kunnen staan en wordt de constructie ‘krachtens artikel X’ op meerdere plekken gebruikt.

### **Regionale kranten**

*Beperking interne factoren voor redacteuren.* Over interne druk wordt in de statuten ook weinig gesproken. Ze behandelen het alle drie erg kort door te melden dat ze werken ‘zonder rechtstreekse beïnvloeding, noch van binnenuit, noch van buitenaf’. De Gelderlander en HMC bespreken in hun beginselverklaring hun identiteit en onderscheiden zich hiermee van elkaar en van andere media. Het redactiestatuut van het Friesch Dagblad bevat geen beginselverklaring, maar deze staat in hun huishoudelijk reglement, dat ik niet in bezit heb. In alle statuten wordt wel gezegd dat de hoofdredactie bij plannen voor een fusie of reorganisatie zo snel mogelijk op de hoogte wordt gehouden. Het marktgericht denken wordt bij geen van deze regionale media vermeden, er wordt juist de nadruk gelegd op het belang van de behoeften en voorkeuren van lezers en de continuïteit van de onderneming. Dit staat ook zo in het modelstatuut. Ook ontbreekt in al deze drie statuten een opmerking die iets zegt over de verificatie van het nieuws en andere dingen die een te hoge werkdruk voor redacteuren kunnen beperken.

Ook bij de drie redactiestatuten van regionale kranten staat er weinig over de rechten die een redacteur heeft op zijn eigen artikelen. Bij De Gelderlander en het Friesch Dagblad wordt alleen behandeld dat de redacteur kan verlangen dat het stuk niet wordt ondertekend als de hoofdredactie er wijzigingen in aanbrengt. Daarnaast staat er in de statuten van deze

kranten dat redacteuren bezwaar kunnen maken tegen een gegeven opdracht. Deze twee punten staan ook zo in het modelstatuut van de NVJ en vallen onder ‘Persoonlijke verantwoordelijkheid’. Dit heeft HMC niet in het statuut opgenomen; hier staat dan verder ook niets over in. Over gemaakte veranderingen in het artikel zelf wordt in alle drie de statuten niet gesproken.

De organisatiestructuur wordt wel in alle drie de statuten erg uitgebreid beschreven. Zo bepaalt in alle gevallen de hoofdredacteur de uiteindelijke redactionele inhoud, vindt er constant overleg plaats tussen directie en hoofdredactie en beschikken alle drie de kranten over een redactieraad. Ook benoemen De Gelderlander en HMC hun onafhankelijke positie. Zo is HMC onafhankelijk ‘van vorenbedoelde informatie’ en ‘enig ander belang’ en zegt De Gelderlander dat ‘het redactionele beleid van haar dagbladuitgaven met inachtneming van het vorenstaande onafhankelijk zal zijn’. Wel wijst het daarbij op de noodzaak van een gezonde economische positie als waarborg van het doorgaan van de onderneming. Het beleid zal echter gericht zijn op de redactionele onafhankelijkheid van het dagblad. Later in het statuut benoemt De Gelderlander nog een keer dat ‘de redactie zich niet zal binden aan groeperingen en personen en haar onafhankelijkheid tegenover wie dan ook zal handhaven’. Het Friesch Dagblad heeft het niet één keer over onafhankelijkheid tegenover wie dan ook. Wel zegt het de beginselen te kunnen uitvoeren ‘zonder rechtstreekse beïnvloeding door wie dan ook’, maar dit wordt bij externe invloeden behandeld.

*Vermijding belangenverstrengeling.* Het is opvallend dat de externe invloeden ook in deze statuten zo weinig aandacht krijgen. Net als over interne invloed wordt er wel benoemd dat er gewerkt wordt ‘zonder rechtstreekse invloed van buitenaf’, maar er wordt niet beschreven wat er onder deze invloeden valt.

*De invloed van sociale media.* Er wordt in deze statuten niets gezegd over de komst van nieuwe media zoals sociale media en het beperken van de mogelijke gevaren ervan.

*Journalistieke kernwaarden.* De algemene normen voor de inhoud van de artikelen is in deze statuten te vinden in de beginselverklaring. Omdat deze niet in redactiestatuut van het Friesch Dagblad staat, ontbreken hier de meeste punten. Wel zijn alle drie de media het erover eens dat de artikelen het algemeen maatschappelijk belang moeten dienen en daarmee moeten bijdragen aan de democratie. De Gelderlander beschikt over alle concepten, bij HMC ontbreekt alleen de benoeming dat het nieuws zo objectief mogelijk wordt gebracht.

*Toevoegingen.* In de verzamelde redactiestatuten van regionale kranten staan niet heel veel zaken die buiten mijn opgestelde model met concepten vielen. Dit komt misschien omdat deze statuten erg lijken op het modelstatuut en ik daar veel punten van heb meegenomen. Het redactiestatuut van het Friesch Dagblad is daar bijna een directe kopie van en is voor het laatst gewijzigd in 1982.

Het statuut van De Gelderlander heeft een functieprofiel van de hoofdredacteur toegevoegd, waarin de taak, verantwoordelijkheden en bevoegdheden in relatie tot de directeur/uitgever, het commercieel management van de onderneming, de redactieraad en andere overlegorganen worden gespecificeerd. Ook worden de taken en bevoegdheden van de redactieraad uitgebreid beschreven. Zo is te lezen dat de redactieraad een belangrijke taak vervult binnen de organisatie en bij veel zaken betrokken wordt, zoals bij het wijzigen van het redactiestatuut of de beginselverklaring, het benoemen of ontslaan van een hoofdredacteur, het te voeren personeelsbeleid en de wijziging van de samenstelling van de kring van eigenaren. Dit kan tijdens een redactievergadering besproken worden. Door dit zo concreet op te schrijven, maakt het de onafhankelijkheid zichtbaar en duidelijker.

Een belangrijke zin in dit statuut is: 'De conclusies van het beraad binnen de redactieraad zijn voor de hoofdredacteur niet vrijblijvend, maar tasten zijn zelfstandige eindverantwoordelijkheid en beslissingsbevoegdheid t.a.v. de inhoud, de samenstelling en de presentatie van de krant, alsmede zijn leiding van de redactie niet aan'. (C.5.5.) De hoofdredacteur mag dus conclusies van de redactieraad niet naast zich neerleggen, maar behoudt zijn eindverantwoordelijkheid. Dit geeft de sterke positie van de hoofdredacteur aan, maar het zegt ook dat de redactieraad er niet voor niets is. De hoofdredactie kan daarbij ook geen plannen ten aanzien van het personeelsbeleid doorvoeren, zonder de redactieraad of andere betrokkenen te hebben gehoord. Dit beperkt de macht van de hoofdredacteur ten opzichte van de redactie. De macht van de directie wordt daartegenover bijvoorbeeld beperkt doordat de hoofdredacteur zelf het redactiebudget mag besteden, waarvoor hij ook weer overleg pleegt met de redactieraad.

Ten slotte bevat het redactiestatuut van De Gelderlander een uitgebreid reglement voor de benoeming en het functioneren van de redactieraad. Er wordt gesproken over actief en passief kiesrecht en over de verkiezing en beëindiging van het lidmaatschap van de raad. Daarnaast bevat het statuut een kiesreglement voor de redactieraad, waarin vermeld wordt hoe de procedure omtrent de verkiezing van de leden van de raad in zijn werk gaat, en een reglement redactievergadering, waarin de samenstelling, de werkwijze en de bevoegdheden

binnen deze vergadering besproken worden.

Het statuut van HMC lijkt ook erg op het modelstatuut. Wel probeert het, in tegenstelling tot veel andere printmedia, transparant te zijn voor het publiek. Zo heeft het haar beginselen op de website van de dagbladen gezet en is het ‘voor het publiek op aanvraag beschikbaar gesteld’. In dit statuut wordt ook iets meer gezegd over de bevoegdheden van de directie. Zo is deze bevoegd tot benoeming, schorsing en ontslag van de leden van de hoofdredactie en tot vaststelling van de arbeidsvoorwaarden. Wel is de directie bij benoeming verplicht advies in te winnen bij de redactieraad, die zelf ook iemand mag voordragen. Daarbij heeft HMC een stuk toegevoegd over meningsverschillen over de uitvoering en toepassing van het redactiestatuut. In dit geval kan er naar een rechter worden gestapt.

### **Formulering**

Het taalgebruik in het statuut van De Gelderlander is duidelijk. In tegenstelling tot het modelstatuut heeft dit statuut geen passieve, maar actieve zinnen, wat veel prettiger leest. Een voorbeeld hiervan is: ‘De redactie zal zich niet binden aan groeperingen en personen’. Dit is vooral zo bij de redactionele richtlijnen. Bij de samenstelling, taak en bevoegdheden van de organen blijft de stijl actief, maar er komen hier wel archaïsche woorden in voor. ‘Zij hoeden dat mandaat naar eer en geweten, waarbij zij gehouden zijn om *voeling* te hebben met hun achterban *teneinde de zienswijzen* daarvan te kunnen betrekken in hun taakvervulling’, is hiervan een voorbeeld. ‘*Hangende* deze procedure wordt de opdracht aan de gewetensbezwaarde opgeschort’ zou ook goed vervangen worden door ‘Gedurende’. Daarnaast is ze zin ‘De secretaris *doet* de agenda voor de gewone vergadering van de redactieraad uiterlijk twee weken vóór de datum van de vergadering *bekendmaken*’ in het statuut te vinden, wat niet tot het algemeen beschaafd Nederlands behoort.

Bij HMC is een uitdrukking te vinden die ik al eerder ben tegengekomen: ‘De verkiezing van de redactieraad geschiedt *mutatis mutandis* (nadat veranderd is wat veranderd moet worden)’ Daarnaast worden er afkortingen als ‘resp.’ gebruikt. In het statuut van het Friesch Dagblad uit 1979 is het taalgebruik ouderwets en lijkt het veel op de stijl en het taalgebruik in het modelstatuut. Zo zijn er nog woorden als ‘produktie’ in te vinden en ‘*diens* plaatsvervanger’.

### **Lokale kranten**

De lokale media hebben de meeste variatie in de lengte, samenstelling en formulering van de statuten en lijken over het algemeen het minst op het modelstatuut wat betreft inhoud.

*Beperking interne factoren voor redacteuren.* Alle lokale media hebben in hun statuut een stuk opgenomen waarin zij zich als krant onderscheiden van de rest. Ze geven zichzelf een identiteit. In het statuut van Boom uitgevers staat dit echter niet in het statuut, maar is dit te lezen in hun ‘Code van Bordeaux’. Verder probeert alleen Het Kontakt marktgericht denken te vermijden, door te zeggen dat de redactie begrip heeft voor commerciële belangen, maar zich primair laat leiden door nieuwswaarde. De andere statuten zijn realistischer. De Leeuwarder Courant zegt, net als het modelstatuut, dat een krant mede afhankelijk is van de behoeften van het lezerspubliek om zo de kosten te kunnen blijven dekken. BDU benadrukt dat de media exploitabel moeten zijn en daardoor bij te dragen aan de continuïteit. Er wordt in geen van de statuten gesproken over het beperken van een (te) hoge werkdruk voor redacteuren.

Net als bij de landelijke en regionale media, spreken lokale media in hun statuten ook niet over de rechten die een redacteur heeft over zijn of haar eigen stuk. Alleen bij het statuut van InforMeer staat dat tot de taken van een redacteur behoort dat hij of zij zelf geschikte onderwerpen en invalshoeken bepaalt. Alleen het statuut van de Leeuwarder Courant heeft in het statuut opgenomen dat een redacteur bij gewetensbezwaren of gemaakte wijzigingen in zijn of haar artikel in beroep kan gaan, de rest gaat hier niet op in.

Wat betreft de organisatiestructuur zit de organisatie bij lokale media soms wat anders in elkaar dan bij landelijke media, omdat uitgevers hier soms meerdere titels onder hun hoede hebben. Een voorbeeld hiervan is Het Kontakt, die verantwoordelijk is voor kranten in verschillende regio’s in Zuid-Holland. In dit statuut is bijvoorbeeld de relatie tussen hoofdredacteur en eindredacteur belangrijk. De eindredacteur is verantwoordelijk voor zijn eigen titel en moet daarvoor verantwoording afleggen bij de hoofdredacteur; de hoofdredacteur is verantwoordelijk voor het bewaken van de redactionele formule en de redactionele inhoud van de krant. Daarbij vertegenwoordigt de hoofdredactie de uitgeverij in regionale en landelijke overlegorganen. De hoofdredactie maakt daarbij, samen met de uitgever en de manager marketing en sales, ook deel uit van het managementteam van Het Kontakt Edities. Ten slotte onderhoudt de hoofdredactie het contact met de commerciële afdeling. In dit geval heeft de hoofdredacteur dus een iets andere taak dan we bij de regionale en landelijke media zien, maar hij of zij vertegenwoordigt nog steeds de redactie van een bepaalde editie. In geval van ingrijpende beslissingen worden ook de eindredacteuren betrokken.

Bij BDUmedia maakt de hoofdredacteur (Hoofd Content) onderdeel uit van het

uitgeefteam. Dit vergroot de betrokkenheid van de hoofdredacteur bij de financiële kant van de krant, wat hem mogelijk zou kunnen beïnvloeden. Wat verder nog opvallend is, is dat bij de Baarnsche Courant de directie ook deelneemt aan de redactievergadering. Bij deze redactievergadering zijn verder geen redacteuren aanwezig. Volgens het statuut bestaat er ook geen redactieraad die, ter representatie van de redactie, mee kan denken over plannen van de hoofdredacteur of directie.

Bij de Leeuwarder Courant, onderdeel van NDC, is er sinds drie jaar een nieuwe directiestructuur met een zogenoemde Algemeen Hoofdredacteur. Hans Snijder, hoofdredacteur, legt uit: “De hoofdredacteurs van de Leeuwarder Courant, het Dagblad van het Noorden en het Friesch Dagblad vallen formeel onder hem, alsmede de huis-aan-huisbladen van de NDC. Het een en ander heeft zich in het geweld van ingrijpende reorganisaties en het zoeken naar de meest optimale wijze van samenwerkingen nog niet vertaald in herziene statuten. Feit is wel dat het bijgevoegde redactiestatuut nog altijd rechtsgeldig is en de Leeuwarder Courant (evenals de andere dagbladtitels) een eigen redactieraad heeft.”

Verder zijn bijna alle lokale media het erover eens dat de hoofdredacteur de verantwoordelijkheid heeft over de redactionele inhoud en dat de directie geen belangrijke beslissingen (zoals benoeming en ontslag) kan maken zonder hierbij de hoofdredactie en/of redactieraad te hebben gehoord. Alle media behalve InforMeer en De Baarnsche Courant beschikken daarbij over een redactieraad of iets wat hier op lijkt. Zo heeft BDUmedia een Contenthuis en ‘regisserend redacteurs’ die regelmatig overleggen met de hoofdredactie. Bij belangrijke beslissingen wordt in de meeste gevallen om advies gevraagd aan de redactieraad of hoofdredactie.

*Vermijden belangenverstrengeling.* Bij de lokale media worden de mogelijke invloeden van buitenaf het meest gespecificeerd. Zo beschrijven Het Kontakt, BDUmedia en Boom uitgevers dat zij zich onafhankelijk opstellen ten opzichte van commercie. Zo stelt BDU: ‘Scheiding van nieuws en commercie is een voorwaarde, zonder dat hierbij het belang van BDUmedia uit het oog wordt verloren.’ Het Kontakt heeft zelfs een hele paragraaf over de verhouding tussen redactie en commercie opgesteld: ‘Bij een huis-aan-huisblad krijgt zowel de redactie als de verkoopafdeling te maken met twee geledingen, namelijk de adverteerders- en de lezersmarkt. Voor de redactie is primair de lezersmarkt van belang en secundair de adverteerdersmarkt.’ De redactie is daarnaast vrij om aangedragen suggesties uit de verkoopafdeling te verwerpen als deze geen nieuwswaarde hebben. Reclame en propaganda

zijn ondergeschikt aan nieuwswaarde, ook als dit ten koste gaat van de totale opbrengst van het blad. Om deze wisselwerking goed te laten verlopen wordt er regelmatig overleg gevoerd. Door dit zo concreet in het statuut op te nemen, wordt het concept ‘onafhankelijkheid’ veel concreter. In geval van een conflict staat de redacteur in dit geval sterk.

Ook de invloed van politieke actoren wordt in de statuten van BDU, InforMeer en Boom uitgesloten. In het statuut van BDU staat bijvoorbeeld dat medewerkers van het Contenthuis niet politiek actief mogen zijn binnen de gemeente(n) waarin zij werkzaam zijn. De Baarnsche Courant en de Leeuwarder Courant beschrijven hun onafhankelijke positie van externen wat algemener, door te zeggen dat zij niet van binnenuit of buitenaf worden beïnvloed door mensen die daar belang bij hebben.

*De invloed van sociale media.* Ook in de statuten van de verzamelde lokale media is niets gevonden over het beperken van de invloed van sociale media of andere mogelijke gevaren van de digitalisering.

*Journalistieke normen en waarden.* In de beginselverklaring of redactieformule hebben de meeste lokale media journalistieke waarden opgenomen die zij belangrijk achten bij het uitvoeren van hun taak. Allemaal vinden zij het belangrijk dat de artikelen een bijdrage leveren aan de maatschappij en daarmee aan de democratie. De Leeuwarder Courant geeft aan dat het ‘mensen een zelfstandig oordeel wil laten vormen over de wereld’. Het Kontakt pakt het iets globaler aan door te zeggen dat ze ‘op een volwassen journalistieke manier werken’ waarbij ‘heilige journalistieke principes’ een rol spelen. Hoe ze dit precies doen wordt niet goed beschreven. Het statuut van BDU bevat de meeste waarden uit het opgestelde model, InforMeer en Boom uitgevers de minste. Maar twee media, BDU en Het Kontakt, beschrijven het belang van het verifiëren van het nieuws. Waarden die verder genoemd worden zijn ‘onbevooroordeeld’, ‘vooruitstrevend’, ‘kritisch’, ‘relevant’ en ‘betrouwbaar’.

*Toevoegingen.* De lokale media hebben het meest hun eigen draai gegeven aan het statuut. Ze zijn vaak wat korter dan het modelstatuut, maar ze beschrijven soms wel extra interessante zaken. Zo worden in het redactiestatuut van InforMeer de taken van de (externe) tekstredacteurs, de algemene afspraken op de redactie en de jaarplanning (op welke dag in de week de krant verschijnt) besproken. Daarnaast staat er in de redactieformule een stuk over het aantal pagina’s, tekstuele eisen, uiterlijke kenmerken, verschijningsfrequentie, oplage, verspreiding en een kopje externen. Het statuut van BDU behandelt bij ‘overige bepalingen’



dat werknemers van het Contenthuis niet politiek actief mogen zijn. Het statuut van Het Kontakt heeft de verhouding tussen hoofdredactie en directie inzichtelijk gemaakt door er een apart kopje in op te nemen en, zoals al eerder gezegd, heeft het een apart stukje voor de scheiding en wisselwerking tussen redactie en commercie. In de meeste statuten worden bij ‘de organen’ ook de taken, bevoegdheden en verantwoordelijkheden van de eindredacteuren beschreven. In het statuut van BDU en de Baarnsche Courant wordt het doel van het redactiestatuut beschreven, wat een mooie toevoeging aan de paragraaf ‘Het dagblad en zijn functie’ is. Sommige statuten hebben er ook een begripsomschrijving aan toegevoegd, zodat je als lezer weet wie er precies onder ‘directie’ of ‘het bestuur’ vallen.

### **Formulering**

Ook de formulering in de statuten van lokale media zijn veel verschillen te ontdekken. Het statuut van de Leeuwarder Courant houdt bijvoorbeeld de stijl van het modelstatuut aan, wat redelijk zakelijk is. Het tegenovergestelde doet Het Kontakt. Zij wisselen ‘zakelijk’ en ‘populair’ taalgebruik af. Zo staat er bijvoorbeeld dat ‘fair’ een van de kernwoorden is, dat kennis en vaardigheden ‘up to date’ moeten worden gehouden en dat de ‘input’ van de hoofdredacteur leidend is bij de opmaakformule. Daarbij zeggen ze ‘niet bang te zijn voor kritische journalistiek’ en verrichten ze ‘goed journalistiek speurwerk’. Daartegenover zijn er zinnen in te vinden als ‘*De onderwerpen* zoekt de redactie ook buiten wat ons wekelijks *wordt aangedragen*’ en ‘Een wezenlijke verandering moet worden *geaccordeerd*’.

In deze statuten zijn ook de meeste spel- en formuleringsfouten te vinden. Zo begint de Baarnsche Courant met de zin: ‘De Baarnsche Courant *beoogd* te voldoen aan de behoefte van de lezers aan informatie’, wat toch wel een pijnlijke dt-fout te noemen is. Daarnaast schrijft het de naam van de krant meerdere keren als ‘baarnsche courant’, zonder hoofdletters. Het Kontakt heeft het over ‘structureel en *continue* zoeken naar gevarieerde *onderwerpskeuze*’ en gebruikt de volgende tautologie: ‘Wijziging van en/of in de werksituatie van de redactie, *zoals bijvoorbeeld* qua huisvesting, inventaris en nieuwe communicatiemiddelen’. BDU maakt een tikfout door ergens ‘Contenthuis’ neer te zetten in plaats van ‘Contenthuis’. Deze slordige fouten kunnen ervoor zorgen dat de lezer de tekst minder serieus neemt.

### **Samenvattend**

De variatie in de landelijke, regionale en lokale statuten is aanwezig, maar over het algemeen worden dezelfde punten wel en niet behandeld. De regionale kranten lijken zich het meest te

laten inspireren door het modelstatuut; de landelijke en lokale media geven er meer hun eigen draai aan, wat vooral betrekking heeft op de lengte, de volgorde en samenstelling. Wat betreft de formulering is er een tweedeling te zien: het ene medium houdt qua taal en stijl zo veel mogelijk vast aan het (juridische) taalgebruik uit het statuut; het andere medium maakt de zinnen veel actiever en verwijdert lastige termen. Het is niet zo dat landelijke kranten dit meer doen dan lokale of andersom, het is puur willekeurig. Hierin valt dus geen patroon te ontdekken.

In geen van de verzamelde statuten heb ik iets aangetroffen dat iets zegt over het vergaren of verspreiden van nieuws op internet. Ook wordt er niets over het gebruik van sociale media gezegd. Dit had ik wel verwacht naar aanleiding van de gevonden theorie en de dreigende invloed van algoritmen die het nieuwsaanbod bepaalt. Het lijkt alsof kranten niet het gevoel hebben dat deze nieuwe media een mogelijke bedreiging kunnen zijn van hun onafhankelijkheid.

#### 5.2.4 Taalgebruik in het modelstatuut

Na de analyse van het modelstatuut en de verzamelde statuten viel verder nog iets op: de formulering. Het taalgebruik is in de meeste statuten erg juridisch en formeel, waardoor het soms erg lastig te lezen en te begrijpen is. Dit is ook het geval in het modelstatuut. Op zich is dit niet onlogisch, omdat de teksten gaan over rechten en plichten, over wat wel en niet mag. Het moet in de eerste plaats juridisch kloppen. Het is bijna onmogelijk de tekst aan te passen zonder dat de precieze betekenis van de regel verloren gaat. Aan de andere kant is dit toch wel nadelig, omdat het de leesbaarheid en begrijpelijkheid van de tekst niet vergroot. Hieronder staat een aantal voorbeelden uit het modelstatuut van dit complexe en onduidelijke juridische taalgebruik.

‘De **vorenbedoelde** statuten, een aanstellingsakte of een nadere akte zullen **voorts** onder meer vastleggen de uitgangspunten van het redactionele beleid en/of beginselen en/of redactionele doelstellingen van het dagblad en de daarmee verband houdende richtlijnen waaraan de hoofdredacteur bij de uitoefening van zijn taak is gebonden’ (4.1.3).

De woorden *vorenbedoelde* en *voorts* zijn behoorlijk ouderwets. *Vorenbedoeld* staat niet eens in de Van Dale. Er zou bijvoorbeeld ook goed *eerdergenoemde* en *daarna* kunnen staan. Hiermee verandert de betekenis niet. Ook is de zinsstructuur opvallend. Het stuk *onder meer*

*vaststellen* had opgedeeld moeten worden in *onder meer ... vaststellen* of er had een dubbele punt moeten komen na *vaststellen*. Daarbij is *de uitoefening* een voorbeeld van de naamwoordstijl. In de volgende twee voorbeelden staat ook een aantal woorden dat vervangen had kunnen worden door andere, meer moderne en begrijpelijke woorden.

‘De redactieraad **dient** de redactievergadering te raadplegen (...) **behoudens** in de gevallen waarin en voor zo lang **krachtens** artikel 4.3.4 geheimhouding is overeengekomen’ (4.2.1).

Er had ook kunnen staan: ‘De redactieraad moet de redactievergadering raadplegen (...) behalve in de gevallen waarin (en voor zo lang) - op grond van artikel 4.3.4 - is besloten het geheim te houden.’ Ook de volgende zin zou vervangen kunnen worden:

‘**Indien** een onderwerp behoort tot de bevoegdheden van de ondernemingsraad, **belet zulks** niet de uitoefening van de bevoegdheden van de redactieraad zoals in dit statuut omschreven’ (5.4.1).

Duidelijker zou zijn: ‘Als een onderwerp onder de bevoegdheden van de ondernemingsraad valt, verhindert dit niet de bevoegdheden van de redactieraad, zoals deze in dit statuut zijn omschreven.’ De volgende zin is te lang, passief en bevat daarnaast erg veel voegwoorden. Dit komt de begrijpelijkheid van de zin niet ten goede. Het zou beter opgedeeld kunnen worden in meerdere zinnen.

‘Dit beschikbare bedrag voor de redactionele kosten wordt door de directie periodiek vastgesteld na overleg met de hoofdredactie die tot dit overleg **door** regelmatige berichtgeving **vanwege** de directie **omtrent** het verloop van die kosten **gedurende** de voorafgaande periode in staat zal zijn gesteld’ (8.1).

Bijna alle manieren die een tekst volgens Renkema (2012) moeilijk en minder begrijpelijk maken, zijn in het modelstatuut te vinden: het gebruik van lange zinnen, lijdende vorm, naamwoordstijl, tangconstructies, lange aanloop, lange woorden en moeilijke woorden (p. 89). Zo is het bijvoorbeeld meestal beter lange zinnen op te splitsen en niet te veel bijzinnen en toevoegingen te gebruiken (p. 92). Daarbij is het vaak beter een actieve vorm te gebruiken omdat bijvoorbeeld de handelende persoon in de lijdende vorm onbekend is (p. 93). Ten slotte

is het goed een lange aanloop te vermijden door de kern van de zin vooraan te plaatsen, wat de begrijpelijkheid vergroot (p. 102).

Volgens Bruning zou een goed leesbare versie voor het publiek geen kwaad kunnen. “Ook al zeggen de meeste van de media ‘Ja waarom? We moeten het vooral van ons merk hebben’, zou het goed zijn als ze zouden denken: we willen verantwoording afleggen en dit betekent ook dat we ons hieraan kunnen houden.” Daarbij komt de volgende vraag naar boven: welke functie heeft het statuut? Heeft het de functie van een papiertje dat ligt te wachten in een bureaulade totdat het een keer nodig is (en hopelijk niet) of heeft het de functie om het aan de buitenwereld te laten zien? Dient het dus als keurmerk? Bruning denkt meer het eerste. “Media moeten het publiek elke dag al overtuigen door hun gedrag. Er is meer een onderlinge controle dan dat het uit dat papiertje (het statuut) moet komen. Het zou goed zijn als statuten iets meer leesbaar zouden worden, maar het zal in de toekomst ook niet gaan dienen als keurmerk. Daar moeten we geen illusies over maken. De kern zit erin, net als trouwen en een trouwboekje. Het zit toch meer in het uiteindelijke gedrag” (persoonlijke communicatie, 21 december, 2016).

Niet iedere tekst leent zich er ook voor om te versimpelen. Volgens Renkema (2008) is het erg lastig om wetteksten en juridische teksten te vereenvoudigen. Het is volgens hem niet voor niets lastig leesbaar, want de gebruikte formuleringen zorgen ervoor dat de tekst waterdicht is. Het geven van voorbeelden roept bij de lezer juist meer vragen op. ‘Het vereenvoudigen van moeilijke formuleringen is een kunst en een kunde’ (Renkema, 2008: 11). Dit soort teksten zou niet moeten worden vereenvoudigd, maar uitgebreid moeten worden toegelicht (Renkema, 2008: 13).

### **5.2.5 Lay-out en lengte van de verzamelde statuten**

Naast een vergelijking te maken tussen het modelstatuut en de verzamelde statuten, is het ook interessant om de statuten te vergelijken op lay-out en lengte. Zijn hier ongeschreven regels voor of doet iedereen maar wat?

De verzamelde statuten zijn wat betreft *lay-out* nagenoeg hetzelfde. Het zijn allemaal lappen tekst zonder enige vorm van verfraaiing zoals afbeeldingen en kleuren. Ze bevatten alleen zakelijk de opsommingen van de punten die in het modelstatuut aan bod komen, zoals hierboven te lezen is. Dit is niet vreemd, omdat de tekst niet bedoeld is om te vermaken, maar omdat het de rechten en plichten zo helder mogelijk moet weergeven.

De hoofdpunten worden vaak vetgedrukt en soms zelfs nog extra onderstreept. Het statuut van het Friesch Dagblad is een boekje op A5-formaat met een erg klein lettertype. Het

ontvangen redactiestatuut van Trouw bevat verschillende lettertypes en lettergroottes door elkaar heen, waardoor het minder overkomt als een geheel. Ook in het statuut van de Baarnsche Courant staat willekeurige zin in ander lettertype. Het statuut van Het Financieele Dagblad en De Gelderlander hebben als enige een inhoudsopgave, wat het juist wel weer overzichtelijk maakt. Dat van Boom uitgevers werkt niet met opsommingstekens of -nummers, maar scheidt de delen met witregels. Het statuut van Het Kontakt Edities werkt met *bulletpoints*.

De lengte van de statuten verschilt wel aanzienlijk. De meeste statuten zijn redelijk uitgebreid en bevatten om en nabij de tien pagina's. Een uitzondering hierop is het redactiestatuut van Boom uitgevers, dat op één A4 past: het bevat acht punten die alle bestaan uit één zin. De Gelderlander heeft daarentegen een heel uitgebreid document: het telt 25 pagina's, inclusief bijlagen. Voor de rest bevatten de statuten zo'n tien pagina's en rond de acht punten. Het modelstatuut bestaat uit elf punten.

## 6. Conclusie

Dit onderzoek geeft meer inzicht in de *status quo* van redactiestatuten en geeft antwoord op de hoofdvraag: In hoeverre passen de huidige redactiestatuten van Nederlandse kranten nog in het veranderde medialandschap, waarin de sociale media een steeds grotere rol spelen? Daarbij is er een antwoord gegeven op de volgende vragen: zijn de redactiestatuten openbaar? Wat is de functie van het opgestelde modelstatuut? Wat is de kwaliteit van dit modelstatuut? En wat is de kwaliteit van de statuten wat betreft het waarborgen van de journalistieke onafhankelijkheid? Deze vragen zijn beantwoord door middel van het uitvoeren van kwalitatieve inhoudsanalyses bij veertien redactiestatuten van Nederlandse kranten.

De resultaten van dit onderzoek laten zien dat kranten over het algemeen bereid zijn hun redactiestatuut te laten lezen aan iemand die niet bij hen in dienst is. Bij sommige kranten was het echter, ook na lang aandringen, onmogelijk het statuut te bemachtigen. Aan de reacties die ik op mijn mail heb gekregen kan wel opgemaakt worden dat het een vrij gevoelig document is dat vaak *under construction* is. Daarbij weten media vaak niet hoe ze het statuut het best kunnen moderniseren. Aan de andere kant zijn er kranten die het belang van een redactiestatuut niet lijken in te zien. Toch wijzen conflicten tussen directie en redactie en reorganisaties bij uitgeverijen uit dat een redactiestatuut wel degelijk een belangrijk document kan zijn om op terug te vallen.

Het is daarbij gebleken dat het modelstatuut, zoals opgesteld door de NVJ, voor veel kranten een inspiratiebron is geweest bij het opstellen van een eigen statuut. Vaak zijn er hele stukken letterlijk overgenomen en de meeste punten zijn in de onderzochte statuten terug te vinden. Regionale kranten lijken zich het meest te laten inspireren door dit modelstatuut; lokale media geven er vaak hun eigen draai aan.

Wat betreft het waarborgen van de onafhankelijkheid beschrijft het modelstatuut weliswaar de organisatiestructuur, waarbij de scheiding tussen redactie en directie hoofdzaak is, maar richt het zich niet op concrete interne en externe belangen die van invloed kunnen zijn op de journalistieke onafhankelijkheid. Zo wordt de bescherming van de journalistieke autonomie van een redacteur niet compleet beschreven en worden invloeden van buitenaf niet gespecificeerd.

Bij de verzamelde statuten is dit hetzelfde. Er is in maar twee statuten te vinden hoe er dient te worden omgegaan met materiaal dat van buitenaf, dat bijvoorbeeld door *public relations*, persbureaus of bedrijven wordt aangeleverd. Er worden bijna geen specifieke

situaties omschreven of voorbeelden gegeven, vooral in de redactiestatuten van landelijke en regionale kranten. De lokale kranten geven wel vaak een toelichting op de artikelen en omschrijven de externe invloeden.

De statuten zijn vaak verouderd. Het minst actuele statuut is voor het laatst gewijzigd in 1982 en bevat zelfs nog de oude spelling. Nieuwere statuten zijn, behalve het taalgebruik, ook relatief weinig aangepast. Slechts in drie van de veertien statuten is een paragraaf opgenomen over hoe er moet worden omgegaan met computergegevens en in geen van de statuten staat iets over de invloed van sociale media. Zo kan een redacteur bij het selecteren van nieuws beïnvloed worden door algoritmen. Deze algoritmen bepalen stelselmatig welk nieuws wel en niet wordt laten zien, op basis van interesses en populariteit. Daarnaast kan een journalist zich laten leiden door onderwerpen die veel *geliked* of gedeeld worden. De rol van sociale media op deze democratisering is groot: niet meer de redacteur, maar de gebruiker bepaalt tegenwoordig wat nieuws is (Poell & Van Dijck, 2015). Daarbij maakt het circulerende nepnieuws op sociale media-platformen het belang van het controleren van berichten steeds groter.

Ten slotte viel de formulering op: het taalgebruik in de statuten verschilt vaak erg van elkaar. Het ene statuut gebruikt een wat meer passieve, juridische stijl; het andere statuut probeert de lezer te laten lezen door een wat meer populaire stijl te hanteren. Toch is het taalgebruik in de meeste statuten, en ook in het modelstatuut, erg juridisch en daarmee soms lastig te begrijpen.

Kortom, het redactiestatuut is aan verandering toe en sluit niet meer aan bij het huidige medialandschap, waarin de rollen tussen journalist en publiek vaak lijken te zijn omgedraaid. En omdat het modelstatuut vaak als basis wordt gebruikt, is het zinvol dit document als eerste aan te passen. Hierdoor krijgen media een idee over wat zij eventueel aan hun statuut zouden kunnen toevoegen. De huidige stand van zaken wat betreft de redactiestatuten van Nederlandse kranten is over het algemeen voldoende te noemen: het belangrijkste aspect, de scheiding tussen redactie en directie, staat er meestal duidelijk in beschreven, maar het specificeren van externe invloeden en wat hiertegen te doen, wordt overgeslagen.

### **Wat is zo'n statuut nu precies waard?**

Een redactiestatuut geeft geen absolute waarborg dat een medium echt onafhankelijk is, dat moet het altijd nog laten zien door het gedrag. Het opstellen en onderhouden van een statuut zorgt er echter wel voor dat redacties misschien nog eens na gaan denken over hun positie ten opzichte van de directie, uitgever of andere externe belanghebbenden. De mogelijke plannen

van de NVJ om de onafhankelijke journalistiek via de overheid te steunen, geeft misschien dit laatste zetje in de rug. Geeft het statuut nog voldoende handvatten? Of heeft het statuut zijn waarde verloren in deze tijd?



## 7. Discussie

In dit verkennende onderzoek is de *status quo* geschetst van de redactiestatuten van Nederlandse kranten. Er is gekeken of de redactiestatuten van deze media aansluiten bij het huidige medialandschap, waarin andere gevaren op de loer liggen dan veertig jaar terug, toen het redactiestatuut ontstond.

Het onderzoek heeft geleid tot een aantal nieuwe inzichten wat betreft redactiestatuten. Het laatst gepubliceerde onderzoek over dit onderwerp dateert uit 2006. Toen al constateerden Asscher, Dommering & Van Dijck (2006) dat de redactiestatuten zouden moeten worden aangepast vanwege de opkomende activiteiten van dagbladen op internet. Uit dit onderzoek blijkt dat dit nog niet is gebeurd en dat ook de dreiging van sociale media nog niet is opgenomen. Wellicht kan er nog eens bekeken worden of er mogelijkheden zijn om het statuut te moderniseren, zodat de digitalisering en de daarmee opkomende invloed van nieuwe, sociale media wordt gedekt. Verder laat dit onderzoek zien dat statuten ingewikkelde documenten zijn, waarbij de makers in een spagaatpositie zitten tussen het kiezen voor leesbaarheid en duidelijkheid van het statuut en het gegeven dat het statuut een juridisch waterdicht document moet zijn.

Verder is gebleken dat in bijna alle statuten de externe invloeden die een gevaar kunnen zijn voor de journalistieke onafhankelijkheid, niet worden gespecificeerd of toegelicht. Misschien zien media deze interne en externe invloeden niet als bedreiging of denken ze dat ze dit voldoende hebben gedekt in het statuut door het algemeen te houden en te ‘werken zonder beïnvloeding van binnenuit of buitenaf’. Het is logischer om te denken dat het ‘vaag houden’ van het statuut expres zo is gedaan. Het blijkt namelijk dat het geven van voorbeelden juist kan leiden tot onduidelijkheid, omdat het vragen oproept over bijvoorbeeld zaken die niet in voorbeeld worden benoemd (Renkema, 2008). Hoe algemener een tekst is, hoe makkelijker het dus toe te passen is, omdat je er niets mee aanduidt en daarmee ook niets uitsluit. Toch vergroot het benoemen of toelichten de duidelijkheid en de compleetheid van het statuut.

Wat betreft de stijl en het taalgebruik in het modelstatuut en de onderzochte statuten zou het minder juridisch kunnen, zonder dat de betekenis en inhoud van de tekst verandert. Zoals Edmund Lauf al zei: op deze manier is het een statuut een *papiere tijger*. Vaak verdwijnt het daarom ook zo snel mogelijk onderop in de la. Een meer ideale formulering lijkt me een formele, maar actieve stijl, waarin moeilijke woorden zijn vervangen door

synoniemen, de naamwoordstijl is weggehaald en lange zinnen worden opgesplitst in kortere zinnen.

*Beperkingen.* Doordat ik niet alle redactiestatuten mee heb kunnen nemen in het onderzoek, is een deel van alle bestaande statuten van kranten niet onderzocht, waardoor het lastiger wordt een algemene uitspraak te doen die representatief is voor alle Nederlandse kranten. Het feit dat niet alle kranten hun redactiestatuut wilden opsturen, zegt waarschijnlijk ook wat over de kwaliteit van dit statuut, het ontbreken ervan of de twijfel over of het statuut ‘voldoende’ is. Het zou dus kunnen zijn dat de resultaten anders waren geweest als er een andere steekproef was genomen.

Omdat de analyse niet is uitgevoerd met een bestaand schema, maar met een zelf samengesteld schema, is het daarbij mogelijk dat er bepaalde punten over het hoofd zijn gezien. Op basis van andere literatuur had er wellicht nog een aantal punten aan toegevoegd kunnen worden. Daarbij zou het onderzoek meer betrouwbaar zijn als er een tweede codeur zou zijn, die met het gebruik van hetzelfde schema tot dezelfde resultaten komt.

De resultaten laten daarbij zien dat het modelstatuut voor kranten vaak de basis lijkt te vormen voor het samenstellen van een eigen statuut. Dit is echter alleen zeker te weten als de betrokkenen bij het samenstellen van het statuut gesproken zouden zijn. Dit is in dit onderzoek niet gebeurd. Door interviews te houden met de makers zouden de gemaakte keuzes een toelichting kunnen krijgen en zou de conclusie niet enkel berusten op eigen interpretaties. Daarbij hadden de makers van het modelstatuut ook informatie kunnen leveren over hoe het statuut precies tot stand is gekomen. Tegen welke problemen werd er aangelopen? En hoe hebben zij het concept onafhankelijkheid precies opgedeeld in verschillende eenheden?

Als ik meer tijd had gehad, had ik ten slotte dieper in kunnen gaan op de mogelijkheden tot het moderniseren van de inhoud van de het taalgebruik in het redactiestatuut. Hoe kan de invloed van bijvoorbeeld sociale media hierin verwerkt worden? En op welke manier zou het taalgebruik in het modelstatuut kunnen worden aangepast zonder dat de betekenis verloren gaat?

*Aanbevelingen.* Voor vervolgonderzoek zou het relevant zijn om te bekijken of het zinvol is het modelstatuut te herschrijven naar een versie waarin de formulering meer aansluit op het begrijpen door het lezerspubliek of op de wensen van redactionele werknemers, voor wie het redactiestatuut geldt. Er zou bijvoorbeeld een begrijpelijkheidsonderzoek uitgevoerd kunnen

worden met een versie met en zonder toelichtingen. Het is daarnaast misschien nuttig om te peilen bij het lezerspubliek of transparantie van een redactiestatuut van een medium een positieve invloed heeft op het vertrouwen in datzelfde medium. Zouden alle redactiestatuten dus niet gewoon in een (online) databank beschikbaar moeten zijn voor iedereen?

Daarbij zou het relevant zijn om te kijken naar de opvattingen van directeuren, hoofdredacteuren en redacteuren ten aanzien van het redactiestatuut. Aan welke voorwaarden zou het statuut volgens hen moeten voldoen? En zien zij zelf de meerwaarde in van het statuut? Hopelijk worden redacties door dit onderzoek uitgedaagd om met elkaar rond de tafel te gaan zitten en het redactiestatuut nog eens kritisch te bekijken.

# Literatuurlijst

- Adernato, A. (2016). *Forces at the Gate: Social Media's Influence on Editorial and Production Decisions in Local Television Newsrooms*. *Electronic News*, Vol. 10 (2) 87-104.
- Altschull, H. (1995). *Agents Of Power: The Media And Public Policy*, 2nd Edition, Longman Publishers, New York.
- Asscher, L. F., Dommering, E. J., Van Eijk, N. A. N. M., & Franken van Bloemendaal, A. (2006). *Het redactiestatuut bij dagbladen*. Apeldoorn: Het Spinhuis.
- Baarda, D. B., & de Goede, M. P. M. (2006). *Basisboek Methoden en Technieken: Handleiding voor het opzetten van kwantitatief onderzoek*. Groningen: Noordhoff Uitgevers.
- Blatter, J., & Haverland, M. (2012). *Designing case studies: Explanatory approaches in small-N research*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Boeije, H. (2005). *Analyseren in kwalitatief onderzoek: Denken en doen*. Den Haag: Boom Lemma uitgevers.
- Boumans, J. W. (2016). Outsourcing the news? An empirical assessment of the role of sources and news agencies in the contemporary news landscape. *Amsterdam School of Communication Research (ASCoR)*.
- Bowen, G. A. (2006). Grounded theory and sensitizing concepts. *International Journal of Qualitative Methods*, 5(3), 1-9.
- Commissariaat voor de Media (2015). *Mediamonitor: mediabedrijven en mediamarkten 2014-2015*. Hilversum: CvdM.
- Davies, N. (2008). *Flath earth news*. London: Vintage.
- De Haan, Y. & Bardoel, J. (2011). From trust to accountability: negotiating media performance in the Netherlands, 1987-2007. *European Journal of Communication*, 26 (3), 230-246.
- De Keyser, J. (2012). *Journalistieke autonomie in Vlaanderen*. Onderzoeksrapport in opdracht van het Kabinet van de Vlaamse minister van Innovatie, Overheidsinvesteringen, Media en Armoedebestrijding. Gent: Center for Journalism Studies.
- Fenton, N (2009). News in the Digital Age. *The Routledge Companion to News and Journalism*. Londen: Routledge.

- Haan, Y. de (2011). *Between professional autonomy and public responsibility: accountability and responsiveness in Dutch media and journalism*. Amsterdam: Amsterdam School of Communication Research.
- Hallin, D.C. & Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hoonard, van den, W, C. (1997). Working with sensitizing concepts, *Analytical Field Research*. New Brunswick: Sage Publications.
- Koetsenruijter, W. & Van Hout, T. (2014). *Methoden voor journalism studies*. Den Haag: Boom Lemma Uitgevers.
- Mortelmans, D. (2007), *Handboek kwalitatieve onderzoeksmethoden*. Leuven: Acco Uitgeverij.
- Opgenhaffen, M. & Scheerlinck, H. (2014). Managing social media – whither social media guidelines in news organizations. *The international Journal on Media Management*, 17 (4), 201-216.
- Renkema, J. (2008). Wie Nederlander is, staat in de wet. *Onze Taal*, 77(1), 10-13.
- Renkema, J. (2012). *Schrijfwijzer*. Amsterdam: Boom uitgevers.
- Ruigrok, N., Gagestein, S. & Van Atteveld, W. (2016). *Facebook: Vriend of vijand voor nieuwsmakers? De visie van Nederlandse nieuwsmakers op de inzet van Facebook*. De Stand van de Nieuwsmedia. Stimuleringsfonds voor de Journalistiek. Den Haag.
- Shoemaker, P. J. & Reese, S. D. (1996). *Mediating the message. Theories of influences on mass media content* (2nd ed.). White Plains: Longman Publishers.
- Scott, B. (2005). A contemporary history of digital journalism. *Television & New Media*.6 (1). 89 -126.
- Tameling, K. (2015). *En wat doen we online? Cross-mediale dilemma's op de Nederlandse nieuwsredactie*. Amsterdam: Boom-Lemma.
- Teeuwen, W. (1993). Het dagblad onderscheidt zich. Redactiestatuten voor dagbladen in Nederland en Duitsland (Proefschrift). Rijksuniversiteit Limburg, Maastricht.
- Wijfjes, H., & De Jong, B. (2011). *De Hoofdredacteur. Over ondernemend leiderschap in de journalistiek*. Diemen: AMB.
- Van der Wurff, R. & Schönbach, K. (2011), *De effectiviteit van journalistieke codes: een literatuurstudie* (Rapport). Amsterdam School of Communication Research, Amsterdam.

## Webliografie

- Centraal Bureau voor de Statistiek (2016). *Ruime meerderheid heeft vertrouwen ingezaghebbende instituties*. Geraadpleegd op 20 juni 2016, van <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2015/04/ruime-meerderheid-heeft-vertrouwen-in-gezaghebbende-instituties>
- De Nieuwe Reporter (2012), Sanders, M. (2012), *Redacties zijn huiverig om verouderde redactiestatuten te actualiseren*. Geraadpleegd op 2 april, van: <http://www.denieuwereporter.nl/2012/01/redacties-zijn-huiverig-om-verouderde-redactiestatuten-te-actualiseren/>
- LJS Nieuwsmonitor, Ruigrok, N. & Van Atteveldt, W. (2015), *ANP bepaalt in grote mate de nieuwsagenda*. Geraadpleegd op 3 oktober 2016, van: <http://nieuwsmonitor.org/wp-content/uploads/anp.pdf>
- NRC (2015), *Journalisten gemakzuchtige, slordige sensatiezoekers*. Geraadpleegd op 11 juni 2016, van: <https://www.nrc.nl/nieuws/2015/08/25/journalisten-gemakzuchtige-slordige-sensatiezoe-1528004-a573800>
- NRC (2017), *Regiokranten boos op TMG*. Geraadpleegd op 12 januari, van: <https://www.nrc.nl/nieuws/2017/01/10/regiokranten-boos-op-tmg-6138134-a1540442>
- NVJ (2017), *Werknemerschap- redactiestatuten*. Geraadpleegd op 5 december 2016, van: op: <https://www.nvj.nl/themas/werknemerschap/redactiestatuten>
- NVJ (2017), *Persgroep snijdt opnieuw fors in eigen vlees*. Geraadpleegd op 03-02-2017, van: <https://www.nvj.nl/nieuws/persgroep-snijdt-opnieuw-fors-eigen-vlees>
- NVJ (2017), *Meer dan 2400 ansichtkaarten met steun voor HMC-kranten*. Geraadpleegd op 2 maart 2017, van: <https://www.nvj.nl/nieuws/meer-2400-ansichtkaarten-steun-hmc-kranten>
- NVJ (2017), *Redactie HMC wil met schone lei gesprek aangaan*. Geraadpleegd op 2 maart 2017, van: <https://www.nvj.nl/nieuws/redactie-hmc-wil-schone-lei-gesprek-aangaan>
- Reuters Institute (2016). *Digital news report 2016*. Geraadpleegd op 11 juli 2016, van: <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital-News-Report-2016.pdf>
- SVDJ (2016). *Facebook: vriend of vijand van nieuwsmakers?* Geraadpleegd op 14 november 2016, van: <https://www.svdj.nl/nieuws/facebook-vriend-of-vijand-voor-nieuwsmakers/>
- Villamedia (2015). Lars Pasveer. *Rechter: HMC moet reorganisatie opschorten*.

Geraadpleegd op 18 december 2016, van: <https://www.villamedia.nl/artikel/hmc-moet-reorganisatie-stoppen>

Villamedia (2015). *Einde aan juridische strijd bij kranten HMC*. Geraadpleegd op 18 december 2016, van: <https://www.villamedia.nl/artikel/einde-aan-juridische-strijd-bij-kranten-hmc>

Villamedia (2015). Dolf Rogman. *Redactie Telegraaf in conflict met directie*. Geraadpleegd op 18 december 2016, van: <https://www.villamedia.nl/artikel/redactie-telegraaf-in-conflict-met-directie>

Villamedia (2016). Dolf Rogman. *Nieuwe ronde ontslagen bij TMG*. Geraadpleegd op 18 december 2016, van: <https://www.villamedia.nl/artikel/nieuwe-ronde-ontslagen-bij-tmg>

Villamedia (2016). Dolf Rogman. *Redactie Telegraaf: niet nog meer bezuinigingen*. Geraadpleegd op 18 december 2016, van: <https://www.villamedia.nl/artikel/redactie-telegraaf-niet-nog-meer-bezuinigen>

Villamedia (2016). Brandenburg-Van de Ven, T. *Weer onrust bij HMC*. Geraadpleegd op 18 december 2016, van: <https://www.villamedia.nl/artikel/weer-onrust-bij-holland-media-combinatie>

Villamedia (2017). *TMG reorganiseert: 45 banen verdwijnen*. Geraadpleegd op 18 december 2016, van: <https://www.villamedia.nl/artikel/tmg-reorganiseert-45-banen-verdwijnen>

Villamedia (2017). *Kritiek op reorganisatieplannen TMG*. Geraadpleegd op 18 december 2016, van: <https://www.villamedia.nl/artikel/kritiek-op-reorganisatieplannen-tmg>

## **Mondelinge bronnen**

Edmund Lauf, 22 maart 2016

Commissariaat voor de Media, juriste, 7 november 2016

Michaël Ogenhaffen, 23 november 2016

Thomas Brüning, 21 december 2016

Mathilde Sanders, 21 december 2016

Norbert Witjes, 30 januari 2017

# Bijlagen

## Bijlage 1. Modelstatuut Nederlandse Vereniging van Journalisten

### 1. Het dagblad en zijn functie

1.1 Het dagblad onderscheidt zich van andere industriële producten – doordat het gestalte geeft aan het in Nederland geldende grondrecht van vrijheid van meningsuiting, informatieverwerving, -vermenigvuldiging en -verstrekking, zoals vastgelegd in onder meer artikel 7 van de Grondwet en artikel 10 van het Verdrag van Rome; – doordat het, door de algemene aard van zijn informatie in woord en beeld, aan vele duizenden over het maatschappelijk leven, de publieke functie vervult van massacommunicatiemiddel en aldus het functioneren van de democratie mogelijk maakt; – doordat zijn informatie elke dag opnieuw een inhoud en vorm krijgt; – doordat het, als massacommunicatiemiddel, geheel onafhankelijk van vorenbedoelde eigen informatie tevens medium is voor het tegen betaling overbrengen van mededelingen (advertenties) van particulieren, bedrijfsleven en overheden aan zijn publiek.

1.2 Het dagblad heeft, doordat het als massacommunicatiemiddel voldoet aan de behoefte aan informatie van de lezers, met andere industriële producten gemeen dat het mede afhankelijk is van de behoefte van het lezerspubliek en voorts van een situatie waarbij de inkomsten, verbonden aan het uitgeven van dat product minstens de daaraan verbonden kosten blijvend dekken.

### 2. Beginselverklaring

2.1 Bij elk dagblad dienen de uitgangspunten van het redactionele beleid en/of de beginselen en/of de redactionele doelstellingen duidelijk schriftelijk te zijn vastgelegd.

Van deze uitgangspunten respectievelijk beginselen respectievelijk doelstellingen kan een nadere uitwerking zijn vastgelegd in richtlijnen.

2.2 De hoofdredactie en redactie beschouwen de uitgangspunten en/of beginselen en/of doelstellingen als een gegeven, indien en voorzover deze aan iedere in dienst van het betrokken dagblad zijnde journalist schriftelijk zijn meegedeeld.

### 3. De organen

3.1 De bijzondere aard van het dagblad stelt bijzondere eisen aan de structuur van de organen die bij het produceren van de redactionele inhoud van het dagblad zijn betrokken. De redactie dient haar informatieverwervende en -verstreckende taak binnen het kader van hetgeen in de beginselverklaring is vastgelegd, te kunnen uitvoeren zonder rechtstreekse beïnvloeding door wie dan ook, noch van buitenaf noch van binnenuit, anders dan op de wijze als in dit statuut wordt geregeld.

3.2 De hoofdredactie heeft de leiding van de redactie van het dagblad en is verantwoordelijk voor de redactionele inhoud ervan.

3.3 De directie zorgt in het kader van de algemene bedrijfsvoering voor optimale voorwaarden om de informatieve functie van het dagblad tot haar recht te doen komen, onverlet de verantwoordelijkheid van de hoofdredactie.

3.4 Er is een redactieraad, die het orgaan is voor de medezeggenschap van de redactie in alle zaken betreffende de redactionele taak en functie. De redactieraad is tevens het orgaan van wederzijdse informatie en onderling beraad tussen redactie en hoofdredactie en vertegenwoordigt bovendien de redactie bij het overleg met de directie.

3.5 De leden van de redactie komen periodiek bijeen in een redactievergadering waaraan de redactieraad uiteindelijk verantwoording verschuldigd is.



3.6 Slechts door nauwe samenwerking, voortdurende, wederzijdse informatie en blijvend goed overleg zijn directie en hoofdredactie, als organen belast met de dagelijkse leiding van het dagblad, en redactie in staat de specifieke facetten van het dagblad optimaal tot hun recht te laten komen. Daarbij zullen zij – met behoud van hun specifieke verantwoordelijkheden – zowel de redactionele als de financiële, commerciële, sociale, technische en administratieve factoren ter harte dienen te nemen.

3.7 In de gevallen genoemd in de artikelen 4.1.2, 5.2.2 en 10.6 neemt de directie c.q. andere beslissende instantie van de dagbladuitgeverij pas een beslissing nadat diepgaand overleg heeft plaatsgehad.

Wanneer de directie en de redactieraad niet tot overeenstemming komen, brengt de redactieraad, ongeacht of hij zich reeds eerder uitgesproken heeft, zo spoedig mogelijk schriftelijk en gemotiveerd advies uit.

Indien de directie c.q. andere beslissende instantie vervolgens van dit advies afwijkt brengt zij schriftelijk en gemotiveerd de naar haar oordeel zwaarwichtige redenen die hiertoe hebben geleid ter kennis van de redactieraad.

De uitvoering van dit besluit heeft, tenzij zwaarwichtige redenen zich daartegen verzetten, niet eerder plaats dan 14 dagen na dagtekening van deze schriftelijke motivering, en in het geval een geschil als bedoeld in het volgende lid is aanhangig gemaakt niet eerder dan nadat uitspraak is gedaan door de president van de rechtbank.

Geschillen over de toepassing van de procedurevoorschriften van dit artikel worden binnen 14 dagen door de meest gereede partij aanhangig gemaakt bij de president van de rechtbank in het betrokken arrondissement.

## 4. Benoeming/verkiezing en werkwijze organen

### 4.1 Hoofdredactie

4.1.1 De statuten van de dagbladuitgeverij-onderneming dienen te bepalen wie (of welk college) bevoegd is/zijn tot benoeming, schorsing, ontslag en vaststelling van de arbeidsvoorwaarden van een hoofdredacteur. Deze bevoegdheden kunnen telkens met inachtneming van de voor de betreffende onderneming geldende wettelijke bepalingen, onder meer berusten bij de eigenaar(s) aandeelhouders, de raad van commissarissen, een ander college van toezicht, of bij de directie mits na verkregen goedkeuring van een der eerder bedoelden. De statuten dienen tevens te bepalen wie bevoegd is of zijn, tot het doen van een voordracht voor de benoeming van een hoofdredacteur.

4.1.2 Bij benoeming van een hoofdredacteur is de directie verplicht voorafgaand aan de besluitvorming in de daartoe aangewezen organen, overeenkomstig het in artikel 3.7 bepaalde, advies in te winnen bij de redactieraad, die mede het recht heeft tot voordracht.

4.1.3 De vorenbedoelde statuten, een aanstellingsakte of een nadere akte zullen voorts onder meer vastleggen de uitgangspunten van het redactionele beleid en/of de beginselen en/of de redactionele doelstellingen van het dagblad en de daarmee verband houdende richtlijnen waaraan de hoofdredacteur bij de uitoefening van zijn taak is gebonden. De aldus vastgelegde uitgangspunten, beginselen of redactionele doelstellingen, voor zover niet reeds in de statuten opgenomen, dienen publiekelijk toegankelijk te zijn.

### 4.2 Redactievergadering

4.2.1 De redactieraad legt tenminste éénmaal per jaar verantwoording af over het door hem gevoerde beleid. De redactieraad dient de redactievergadering te raadplegen over de in de artikelen 4.1.2, 5.2.1, 5.2.2, 9.3, 10.6 en 11.1 genoemde onderwerpen, behoudens in de gevallen waarin en voor zo lang krachtens artikel 4.3.4 geheimhouding is overeengekomen. Overigens staat het de redactieraad vrij naar eigen inzicht te bepalen over welke onderwerpen hij verder de redactievergadering wil raadplegen. Indien de redactievergadering in een speciaal daartoe bijeengeroepen vergadering als oordeel uitspreekt, dat de redactie door de zittende redactieraad niet meer naar behoren wordt vertegenwoordigd, treedt de redactieraad af.

4.2.2 Op verzoek van de hoofdredactie, redactieraad of op schriftelijk verzoek van tenminste een vijfde van het totaal aantal leden dient een redactievergadering te worden gehouden.

4.2.3 De redactievergadering kiest uit haar midden haar voorzitter.

4.2.4 Voor het nemen van rechtsgeldige besluiten door een redactievergadering is de aanwezigheid vereist van tenminste tweederde van de in artikel 4.2.5 bedoelde journalisten. Indien de redactievergadering een uitspraak wil doen over de in artikel 4.2.1, tweede zin, bedoelde onderwerpen is daarvoor een meerderheid van drievierde der uitgebrachte stemmen vereist. Overige uitspraken kunnen worden gedaan bij gewone meerderheid van stemmen. Indien het quorum niet wordt bereikt, wordt de redactieraad over de geagendeerde onderwerpen geacht te spreken namens de redactie.

4.2.5 Stemgerechtigde leden van de redactievergadering zijn alle journalisten, vallende onder de cao voor dagbladjournalisten voor zover zij hun proeftijd hebben voltooid. Per krant bepalen directie, hoofdredactie en redactieraad in onderling overleg of en in hoeverre redactionele medewerkers, al dan niet met stemrecht, tot de redactievergadering worden toegelaten.

### 4.3 Redactieraad

4.3.1 De redactieraad bestaat uit een hoofdredacteur en tenminste vijf leden, gekozen door en uit de redactievergadering.

4.3.2 De hoofdredacteur is voorzitter van de redactieraad behoudens zijn vrijwillige afstand van dit recht of een afwijkend onderling akkoord te dezen.

4.3.3 Onverminderd het in artikel 4.3.4 bepaalde zijn de vergaderingen van de redactieraad voor de eigen redactie in principe openbaar. Alleen wanneer de redactieraad zelf tot de conclusie komt dat een vergadering een besloten karakter moet dragen, kan van deze openbaarheid worden afgeweken. Van elke vergadering van de redactieraad wordt een verslag gepubliceerd, eveneens onverminderd het in artikel 4.3.4 bepaalde.

4.3.4 De leden van de redactieraad zijn tot geheimhouding verplicht van alle aangelegenheden ten aanzien waarvan met de hoofdredactie en/of de directie vooraf geheimhouding is overeengekomen. Indien over deze geheimhouding geen overeenstemming wordt bereikt, kan dit in de weg staan bij het voldoen aan de plicht tot informeren van c.q. advies vragen aan de redactieraad.

4.3.5 Tot lid van de redactieraad kunnen worden gekozen stemhebbende leden van de redactievergadering.

4.3.6 De directie, de hoofdredactie en de redactieraad kunnen een lid van de redactieraad bij de redactievergadering met opgave van redenen voor ontslag als lid van de redactieraad voordragen. De betrokkene dient in de gelegenheid te worden gesteld over de voordracht te worden gehoord.

Vanaf het moment dat een dergelijke procedure is ingezet, is de betrokkene in de uitoefening van zijn functie als lid van de redactieraad geschorst. Van de uitspraak van de redactievergadering kan beroep worden aangetekend bij de Raad van Uitvoering.

## 5. Bevoegdheden/organen

### 5.1 Hoofdredactie

5.1.1 Met inachtneming van de bevoegdheden van de redactieraad en de redactievergadering heeft de hoofdredactie, aan wie de leiding van de journalistieke productie is toevertrouwd, als zodanig binnen het geheel van de dagbladonderneming een eigen zelfstandige verantwoordelijkheid voor de redactionele inhoud van het dagblad. Zij regelt de taakverdeling van de redactie.

5.1.2 De hoofdredactie is voor het handhaven van de uitgangspunten van het redactionele beleid en/of de beginselen en/of de redactionele doelstellingen, vastgelegd krachtens artikel 2, verantwoordelijk tegenover wie haar benoemt/benoemen of ontslaat/ontslaan, als vermeld in artikel 4.1.1.

Indien de directie de hoofdredactie benoemt en ontslaat, is de hoofdredactie voor het handhaven van de uitgangspunten van het redactionele beleid en/of de beginselen en/of de redactionele doelstellingen, alsmede de daarop gebaseerde richtlijnen mede verantwoordelijk tegenover de instantie(s) van wie de goedkeuring tot de benoeming en het ontslag overeenkomstig artikel 4.1.1 moet worden verkregen.

Degene(n) aan wie de hoofdredactie verantwoording schuldig is voor het handhaven van de uitgangspunten van het redactionele beleid en/of de beginselen en/of de redactionele doelstellingen alsmede van de daarop gebaseerde richtlijnen zal/zullen bij het vormen van een oordeel hierover zowel de hoofdredactie als de directie en de redactieraad horen.

5.1.3 Indien meer dan één hoofdredacteur is of wordt aangesteld, zal de onderlinge verhouding, een eventuele taakverdeling, waaronder desgewenst een regeling omtrent het voorzitterschap van de redactieraad, bij aanstellings- of nadere akte worden geregeld en aan de redactie worden meegedeeld.

5.1.4 In alle gevallen waarin de directie weet of kan vermoeden dat haar beslissingen ten aanzien van de algemene bedrijfsvoering rechtstreeks of zijdelings invloed van belang kunnen hebben op het redactionele beleid pleegt zij vooraf overleg met de hoofdredactie.

5.1.5 Na overleg met de hoofdredactie bepaalt de directie het aantal journalisten en de individuele arbeidsvoorwaarden van het redactionele personeel. De journalistieke werknemers worden door de directie aangesteld in overleg met en op voordracht van de hoofdredactie. Ontslag kan alleen geschieden na overleg met de hoofdredactie.

Wijzigingen in een salariering respectievelijk honorering van de journalistieke medewerkers, de toepassing van de cao voor dagbladjournalisten en de regeling van de vergoeding worden door de directie na overleg met de hoofdredactie geregeld, voor zover die niet aan laatstgenoemde door de directie zijn gedelegeerd binnen het raam van de onder artikel 8.1 bedoelde beschikbare bedragen.

5.1.6 Beslissingen ten aanzien van de journalistieke productie, die belangrijke invloed kunnen hebben op de bedrijfsvoering van de uitgeverij, kan de hoofdredactie slechts nemen in overleg met de directie. Indien geen andere regeling is getroffen, zal bij een meerhoofdige directie de hoofdredactie zich tot ieder van de directeuren kunnen wenden voor overleg. Bij afwezigheid van de directie voor langere duur zal aan de hoofdredactie kennis zijn gegeven welke persoon of personen de directionele taak waarnemen.

Bij dagbladuitgeverijen die deel uitmaken van concernconstructies is, tenzij anders geregeld, de directie van de dagbladwerkmaatschappij als "directie" te beschouwen.

Als "raad van commissarissen" van de werkmaatschappij is, tenzij anders is geregeld, te beschouwen het orgaan waaraan de directie van de werkmaatschappij directe verantwoording verschuldigd is.

5.1.7 De volgende punten zijn onderwerp van goed overleg tussen directie en hoofdredactie alvorens de directie een beslissing neemt:

- a. bepaling van de omvang van de krant, de verhouding tussen redactionele en advertentieruimte en de verdeling van beide over de pagina's, in het bijzonder I.M.-ruimte op tekstpagina's, van belang voor het "gezicht" van de krant;
- b. veranderen van de "kop" van de krant;
- c. ingrijpende typografische wijzigingen van de krant;
- d. opnemen of weigeren van advertenties waarbij de redactionele inhoud van het dagblad is betrokken;
- e. reclamecampagnes ten behoeve van het dagblad, waarbij redactionele inhoud en/of medewerkers een rol spelen, die afwijken van de bij dat dagblad gebruikelijke campagnes;

f. wijziging van het tijdstip van “sluiten” van de tekstpaginavormen en van de verstrekking van het dagblad aan de lezers/abonnees;

g. wijziging van de indeling van het verspreidingsgebied in redactionele edities;

h. verkoop aan derden van artikelen, berichten en foto's, vervaardigd door de redactie;

i. wijziging van de werksituatie van de redactie, zoals huisvesting, inventaris, transmissie- en communicatiemiddelen.

5.1.8 De directie laat de hoofdredactie regelmatig vertrouwelijk kennis nemen van bescheiden die relevant zijn voor een inzicht in de exploitatie van het dagblad.

5.1.9 De hoofdredactie neemt in het bijzonder over de volgende punten geen beslissingen dan na overleg te hebben gepleegd met de directie en de redactieraad:

a. opneming als redactionele informatie van mededelingen, die door aard en/of vorm voordien uitsluitend als advertenties in het dagblad werden gepubliceerd;

b. ingrijpende wijzigingen in de opmaak van de krant;

c. invoering van nieuwe alsmede opheffing van bestaande servicerubrieken.

5.1.10 De hoofdredactie wordt uitgenodigd tot het bijwonen van vergaderingen van commissarissen en andere colleges van toezicht voor zover het te behandelen rechtstreeks invloed heeft op de redactionele functie van de dagbladuitgave(n).

5.1.11 De hoofdredactie kan zich op eigen initiatief of zal zich, wanneer tenminste tweederde van de gekozen leden van de redactieraad in specifieke gevallen hierom verzoekt, in het overleg met de directie (uitgever) en/of de raad van commissarissen laten bijstaan door een of meer leden van de redactieraad.

## 5.2 Redactievergadering

5.2.1 Door de uitgeverij, directie of door de redactieraad voorgestelde ontwerpen voor of wijzigingen in de uitgangspunten van het redactionele beleid en/of de beginselen en/of de redactionele doelstellingen van het blad, alsmede voor de eventuele richtlijnen, worden door de redactieraad en de hoofdredactie voorgelegd aan de redactievergadering. Dergelijke ontwerpen en wijzigingen kunnen slechts worden ingevoerd na het vragen van advies aan de redactieraad overeenkomstig het in artikel 3.7 bepaalde.

5.2.2 Over besluiten van de directie of hoofdredactie betreffende wijzigingen van karakter en verschijningsvorm van de krant, wijziging van de positie van de redactie en hoofdredactie of aangaan respectievelijk wijziging van samenwerkingsverbanden, die van fundamenteel belang zijn voor de taak en functie van de redactie, wordt de redactieraad advies gevraagd overeenkomstig het in artikel 3.7 bepaalde.

## 5.3 Redactieraad

5.3.1 De redactieraad is het orgaan van wederzijdse informatie en onderling beraad tussen hoofdredactie en redactie en bespreekt in die functie onder meer het algemene, politieke, maatschappelijke en levensbeschouwelijke beleid in het kader van de uitgangspunten van het redactionele beleid en/of de beginselen en/of de redactionele doelstellingen van het dagblad, de samenstelling, de inhoud en de presentatie van de krant, alsmede de in de artikelen 6.1, 7, 8.2, 9 en 10.6 genoemde onderwerpen.

5.3.2 De redactieraad kan redacteuren die geen lid zijn van de redactieraad uitnodigen om op grond van hun deskundigheid deel te nemen aan de beraadslagingen.

## 5.4 Verhouding tot ondernemingsraad en redactiecommissie

Ondernemingsraad

5.4.1 Indien een onderwerp behoort tot de bevoegdheden van de ondernemingsraad, belet zulks niet de uitoefening van de bevoegdheden van de redactieraad zoals in dit statuut omschreven.

Redactiecommissie

5.4.2 De redactieraad treedt niet in de bevoegdheden die krachtens artikel 42 cao behoren tot die van de redactiecommissie.

## 6. Personeelsbeleid

6.1 Binnen het kader van het in de onderneming op grond van het overleg tussen directie en ondernemingsraad te voeren personeelsbeleid dienen de hoofdredactie en redactieraad tot overeenstemming te komen over de hoofdlijnen van het redactionele personeelsbeleid. Op grond daarvan voert de hoofdredactie het personeelsbeleid uit. De hoofdredactie doet geen voordracht voor de benoeming van een adjunct-hoofdredacteur of een algemeen redactiechef als bedoeld in artikel 6 van de cao dan na de redactieraad te hebben gehoord.

## 7. Persoonlijke verantwoordelijkheid

7.1 Wanneer een lid van de redactie ernstige gewetensbezwaren heeft tegen een aan hem verstrekte opdracht en hij zich niet kan neerleggen bij een door de hoofdredactie ter zake genomen beslissing, kan hij zich wenden tot de redactieraad voor een uitspraak.

7.2 Wanneer de hoofdredactie krachtens haar bevoegdheid onder artikel 3.2 wijzigingen aanbrengt of doet aanbrengen in verslagen of artikelen van redacteuren, kan de betrokkene verlangen dat het stuk niet wordt ondertekend.

Als betrokkene het niet met de genomen beslissing eens is, kan hij zich achteraf wenden tot de redactieraad met het verzoek om een uitspraak. Wanneer de hoofdredactie krachtens eerder genoemde bevoegdheid besluit een verslag of artikel niet te plaatsen, kan de betrokkene zich eveneens achteraf wenden tot de redactieraad met het verzoek om een uitspraak.

Wanneer de hoofdredactie meent een conclusie van de redactieraad niet te kunnen aanvaarden, maakt zij haar standpunt gemotiveerd kenbaar aan de andere leden van de raad.

## 8. Redactiebudget

8.1 De hoofdredactie heeft de beschikking over een bepaald budget, eventueel gespecificeerd naar hoofdstukken. Dit beschikbare bedrag voor de redactionele kosten wordt door de directie periodiek (bij voorbeeld per kwartaal of per jaar) vastgesteld na overleg met de hoofdredactie die tot dit overleg door regelmatige berichtgeving vanwege de directie omtrent het verloop van die kosten gedurende de voorafgaande periode in staat zal zijn gesteld. De hoofdredactie bepaalt de besteding van dit budget binnen de haar gegeven richtlijnen en overeenkomstig de uitgangspunten, beginselen en doelstellingen van het dagblad en is tegenover de directie verantwoordelijk voor de kostenbewaking.

8.2 De hoofdredactie pleegt met de redactieraad overleg over de hoogte en de hoofdlijnen van de verdeling over de verschillende posten van het redactiebudget, alsmede over ingrijpende wijzigingen in de besteding. De hoofdredactie verschaft de redactieraad hiertoe de noodzakelijke informatie.

## 9. Structuurwijzigingen

9.1 De hoofdredactie wordt van de aanvang af betrokken bij eventuele plannen tot reorganisatie, fusie, verkoop of liquidatie van de dagbladuitgeverij of de dagbladuitgave(n), tot opname in een concernverband en/of verbindingen van andere aard, zoals samenwerking met andere dagbladuitgeverijen met behoud van zelfstandigheid.

9.2 Zodra de verwachting gewettigd is, dat de in artikel 9.1 bedoelde plannen tot uitvoering zullen komen, stelt de directie te zelfder tijd als zij de ondernemingsraad verplicht is in te lichten de redactieraad in de gelegenheid zich een oordeel hierover te vormen.

De redactieraad kan zich, zo mogelijk in samenwerking met de ondernemingsraad, laten bijstaan door een, in overeenstemming met de directie c.q. uitgever uit te nodigen onafhankelijke deskundige, die vertrouwelijk inzage krijgt in alle bescheiden die voor de te nemen beslissing van belang zijn.

9.3 De hoofdredactie wordt door de directie vertrouwelijk ingelicht over een voorgenomen ingrijpende wijziging in de samenstelling in de kring der eigenaren en van de raad van commissarissen en/of andere colleges van toezicht. Zo spoedig mogelijk na de hoofdredactie wordt ook de redactieraad vertrouwelijk ingelicht.

## 10. Regeling meningsverschillen/ontslag

10.1 Wanneer tussen een hoofdredacteur en degene(n), tegenover wie hij krachtens artikel 5.1.2 verantwoordelijk is voor de handhaving van de uitgangspunten van het redactionele beleid en/of de beginselen en/of de redactionele doelstellingen alsmede de eventueel daarop gebaseerde richtlijnen, een onoverbrugbaar verschil van mening bestaat over het redactionele beleid voor zover dat de genoemde uitgangspunten, beginselen en/of doelstellingen alsmede de eventueel daarop gebaseerde richtlijnen betreft, heeft de hoofdredacteur evenals de directie het recht gehoord te worden. De in de vorige alinea bedoelde instantie zal binnen veertien dagen nadat zij de hoofdredacteur en de directie heeft gehoord haar conclusie schriftelijk geven. Wanneer de hoofdredacteur in het ongelijk wordt gesteld, zal hij zich binnen veertien dagen na ontvangst van bedoelde conclusie ernaar richten of ontslag vragen.

10.2 Indien een hoofdredacteur op grond van gebeurtenissen als bedoeld in artikel 10.1 ontslag vraagt, zullen op verzoek van de meest gereede partij de voorwaarden van het ontslag worden geregeld door een Bijzondere Ontslagkamer voor Hoofdredacteurs van de Dagbladuitgeverij als bedoeld in artikel 10.3, tenzij het daartoe bevoegde orgaan van de uitgeverij en de betrokken hoofdredacteur binnen vijf weken nadat het tijdstip van de mededeling van de beoordeling respectievelijk de interpretatie, definitieve overeenstemming zouden hebben bereikt over de voorwaarden van het ontslag. In de periode tussen opzegging en het einde van het dienstverband is de betrokken hoofdredacteur op non-actief gesteld met behoud van volledige bezoldiging.

10.3 De Bijzondere Ontslagkamer voor Hoofdredacteurs van de Dagbladuitgeverij, nader te noemen "de Kamer", zal een continu college zijn, dat bestaat uit drie leden en drie plaatsvervangende leden. De Kamer oordeelt met drie personen. Van deze zes personen zullen steeds één lid en diens plaatsvervanger zijn benoemd door het bestuur van de vereniging van Nederlandse Dagbladpers en één lid en diens plaatsvervanger door het bestuur van de Nederlandse Vereniging van Journalisten. Beide leden zullen na overleg met ieders plaatsvervanger het derde lid en diens plaatsvervanger benoemen; bij gebreke hiervan zal op verzoek van de meest gereede partij de president van de rechtbank van Amsterdam het derde lid en diens plaatsvervanger benoemen. De (plaatsvervangende) leden van de Kamer zullen van vorengenoemde verenigingen onafhankelijke juristen-buitenstaanders dienen te zijn. De Kamer zal naar eigen inzicht en methodiek zo spoedig mogelijk, maar in ieder geval binnen zes maanden na opzegging door de hoofdredacteur, de voorwaarden van de beëindiging van het dienstverband bij bindend advies vaststellen. De in artikel 10.1 bedoelde beoordeling respectievelijk interpretatie op zich zelf is voor de Kamer een gegeven.

10.4 Bij gebreke van een schriftelijke verklaring van de betrokken hoofdredacteur, dat deze zich zal richten naar de beoordeling respectievelijk de interpretatie als bedoeld in artikel 10.2 binnen de daarvoor gestelde termijn, heeft het tot een ontslag van een hoofdredacteur bevoegde orgaan van de uitgeverij, met inachtneming van de wettelijke bepalingen ter zake, het recht het dienstverband met de in gebreke blijvende betrokkene op te zeggen, in welk geval de Kamer de voorwaarden van het ontslag van die betrokkene vaststelt binnen zes maanden.

10.5 Wanneer tussen een hoofdredacteur en de directie een onoverbrugbaar verschil van mening ontstaat (bij voorbeeld over het financiële beheer, de algemene regels binnen het bedrijf of de doelmatigheid van de redactionele leiding) dat niet te maken heeft met de uitgangspunten, beginselen en/of doelstellingen van het blad alsmede de eventueel daarop gebaseerde richtlijnen, zal, indien een dergelijk geschil leidt tot ontslag van de hoofdredacteur, eveneens de Kamer de voorwaarden regelen van het ontslag.

10.6 Bij ontslag van een hoofdredacteur is de directie verplicht voorafgaand aan de besluitvorming in de daartoe aangewezen organen overeenkomstig het in artikel 3.7 bepaalde advies in te winnen bij de redactieraad, die mede het recht tot voordracht voor ontslag heeft; een en ander onverminderd de mogelijkheid van een ontslag op staande voet.

## **11. Slotbepaling**

### **11.1**

Wijziging van dit statuut wordt vastgesteld door de dagbladonderneming en geschiedt in overleg tussen directie, hoofdredactie en redactieraad. De redactieraad behoeft, voordat hij in deze beslissingen neemt, de instemming van de redactievergadering.

## **Bijlage 2: Transcript interview Michaël Opgenhaffen, 23 november 2016**

A = interviewer, Anne Wielenga

O = geïnterviewde, Michaël Opgenhaffen

J = Jaap

S = Stef

J = Jeroen

### **Is de onafhankelijkheid van Nederlandse nieuwsmedia in gevaar?**

Ik weet niet of het gelinkt kan worden aan onafhankelijkheid of inmenging van bovenaf of commerciële invloeden, maar wat ik wel zie is [...] dat ik echt wel overtuigd ben van dat de nieuwsselectie anders is dan voorheen. Met andere woorden: ik zie van onderwerpen die van social media aan bod komen – en ook van een aantal online nieuwssites aan bod komen – die spelen toch meer in op de individuele nieuwsbehoefte en klikgedrag van nieuwsconsumenten. Dat zie je meer en meer voorkomen.

Het basisprincipe is eigenlijk niet onlogisch. Je hebt de norm van de journalist (de nieuwsbehoefte van de journalist: die vinden iets belangrijk) en je hebt de nieuwsverwachting op de behoefte van de consumenten, die vinden dat belangrijk. Met andere woorden: journalisten vinden het belangrijk om over de economische crisis te praten, over vluchtelingen, architectuur enzovoort, terwijl de nieuwsconsumenten in het algemeen gekke baby's willen zien, Gordon (ik weet niet wat die allemaal doet) zien. Dus die hebben andere nieuwsbehoeften dan de journalist, dat is altijd zo geweest.

Op zich was dat contrast tot 15-20 jaar geleden geen probleem, omdat er toen eigenlijk een soort van nieuwsmonopolie was. Nieuwsmedia hadden een monopolie, die vijf kranten en twee omroepen wisten van ja, welk nieuws we ook brengen, de consumenten zullen toch bij ons moeten komen. Als ze nieuws willen consumeren, moeten ze onze krant kopen of ons televisieprogramma bekijken. Maar tuurlijk, sinds eind jaren 90, begin 2000, begonnen we met online media, nieuwe media, met vooral sociale media ook, waar consumenten meer vrijheid hebben, meer bronnen kunnen raadplegen, meer kunnen kiezen en waar dat monopolie eigenlijk is afgebrokkeld of aan het afbrokkelen is, is deze kloof wel belangrijk. Want hoe groter deze kloof is, hoe minder inkomsten deze nieuwsmedia gaan hebben. En dan zijn er twee manieren om deze kloof te verkleinen. Ofwel je verwacht dat het publiek zijn norm gaat opkrikken en wel in dat nieuws van de journalist geïnteresseerd gaat worden – maar dat gebeurt niet. Dat gebeurt niet, dus journalisten moeten hun lat laten zakken en dat zie je nu ook gewoon gebeuren.

Er zijn zwaar commercieel competitieve medialandschappen, zoals Groot-Brittannië, waar heel veel nieuwsmedia zijn en heel veel bladen zijn en tabloids enzovoort, zie je dat zelfs de ernstige nieuwsmedia hun lat laten vallen en dat zie je eigenlijk ook in Nederland, en ook in Vlaanderen. En dan zie je dus zeker op platformen of binnen de producten waarbij de nieuwsgebruiker een grote vrijheid heeft, namelijk online en zeker ook op sociale media, waar ze zelf kunnen kiezen welke accounts ze volgen en via welk kanaal. En zelf kunnen kiezen om te sharen enzovoort. Die nieuwsmedia gaan gewoon inspelen op dat *klik-like-share*-gedrag en gaan dus vooral meer luchtige onderwerpen *infotainen* dan het nieuws dat in kranten en op het journaal verschijnt. Kijk maar eens naar het aanbod van de Volkskrant op Facebook en de grote hoeveelheid artikelen op de website, en vergelijk dat met de hoeveelheid artikelen in de



papieren krant. (J: de opmerkelijke, geinige dingen). Inderdaad, dus als je zegt van Is er een gevaar vandaag de dag? Ja, ik zie dat wel als een gevaar. Ik zeg niet dat het al vaststaat, dat een SEO zegt: we gaan ons nu richten op infotainment, maar ik zie wel een verschuiving van selectie. Van: oke, we moeten zorgen dat we *clicks* en *likes*.

A: Maar als je als journalist gaat zoeken naar berichten op bijvoorbeeld Facebook, dan worden ze toch altijd beïnvloed door die algoritmen. Dus dan komen altijd bepaalde berichten bovenaan te staan, waardoor de ene helft berichten heel erg wordt belicht en de andere helft juist heel erg onderbelicht blijft.

O: Ja, ze spelen ook bewust in op die algoritmen. Dat heeft onderzoek ook uitgewezen, dat journalisten nou eenmaal rekening houden met het feit dat een bepaalde foto het beter doet voor het algoritmen, dat infotainmentnieuws meer aanslaat.

A: En denkt u dus dat er iets over sociale media-richtlijnen zouden moeten worden opgenomen in de redactiestatuten?

O: Ja, eigenlijk wel. Als je het redactiestatuut ziet als een overkoepelende gids of een leidraad waaraan journalisten zich moeten houden, dan moet je daar wel iets over opnemen.

A: Maar niet zo groot als de sociale media-richtlijnen zoals ze nu bestaan?

O: (stille). Je kunt een aantal basisprincipes daarin opnemen, maar ik blijf nog wel een voorstander van specifieke richtlijnen voor sociale media, omdat het zo complex geworden is vandaag de dag. Het is nog jong, dus je moet daar wel echt goede informatie voor geven. Dat wat de VRT doet vind ik eerlijk gezegd een beetje absurd eigenlijk. Zij zeggen van ja, dit zijn de tien Do's en Don'ts. [...] Dus ik zie het nog altijd als een richtlijn die heel erg zelfstandig moet zijn, maar je kunt wel eventueel een aantal basisprincipes opnemen in de stijlgids opnemen.

A: Kunt u daar een voorbeeld van geven?

O: Ja, dat vind ik lastig. Wat zou je dan opnemen in de stijlgids?

S: Dat is iets anders dan het redactiestatuut.

O: O ja, het gaat over het redactiestatuut. Oke, ehm, wat nog iets anders is. Oef, (stille). Goh, in de redactiestatuten. Hmm..Nee, want staat er in de redactiestatuten iets apart in over kranten of televisie of online? Ook niet eigenlijk.

A: Wat bedoelt u?

O: In de redactiestatuten, is daar soms iets opgenomen apart voor de papieren krant en apart voor de online krant?

A: Ik heb het nog niet gezien, nee. Er wordt gewoon niets over online gezegd.

O: Je zou wel kunnen zeggen dat, over het algemeen, de onafhankelijkheid voor de redactie (...). Je zou iets kunnen opnemen over – als je daar voorstander van bent als redactie – de onafhankelijkheid van journalisten. Dat ze dus ook in staat moeten zijn om op sociale media zichzelf te zijn. Dat kan een belangrijk iets zijn. Dat je zegt van: als journalist heb je het recht op aanwezigheid op sociale media. Wat misschien wel interessant is om in de redactiestatuten op te nemen, is – dat vind ik moeilijk. Ik ben minder thuis in de redactiestatuten.

J: Dus je hele antwoord, waar je heel positief over was, ging dus over stijlgidsen?

O: Ja, eigenlijk wel ja.

J: Maar bijvoorbeeld die outsourced emotions, over Facebook news captions, zou daar niet een algemeen punt van te maken zijn in de redactiestatuten? Dat je daar een bepaald soort zorg voor moet –

O: Ik zie dat meer als stijl. Van: let op, bij captions gebruiken we vooral deze woorden of proberen we die woorden te vermijden.

J: Dat kan ik me heel goed voorstellen, maar zou je dat kunnen veralgemeniseren naar een waardevolle richtlijn in de redactiestatuten? Want het heeft ook te maken met nieuws van andere makers nog een extra perspectief geven.

O: Tsja, daarom zei ik, ik weet niet zo goed wat er allemaal in die redactiestatuten opgenomen staat. Je zou iets kunnen zeggen van: het basisprincipe zoals wij de redacteurs, eindredacteurs en kranten dat eindredacteurs niets mogen doen wat de journalist niet wil.

A: dat soort dingen staan er wel in.

O: Dat ze het mogen? Of dat ze het niet mogen?

A: O, de eindredacteur, dat is weer anders dan een hoofdredacteur.

O: Ja, de hoofdredacteur. Je zou kunnen zeggen dat er in de statuten iets zou moeten staan over jouw product als journalist dat je gemaakt hebt, als dat dan op Facebook of Twitter of Instagram gedeeld wordt, dat je daar recht hebt om de context te bewaren, om te vermijden dat dat via een *caption* helemaal omgegooid wordt. Maar dat ga je niet kunnen waarmaken in de redactiestatuten hè. Want dat heb je nu ook in de papieren krant, dat de eindredacteur er een kop boven zet die totaal anders is dan wat jij precies wilde zeggen als journalist.

S: Maar dan is het in ieder geval niet door de commerciële afdeling van het bedrijf bepaald.

O: Nee, je zou kunnen zeggen dat de commerciële afdeling geen redactionele invloed mag hebben op de content die via sociale media verspreid wordt. Dat de sociale media-platformen -

J: Ik merk het wel bij de platformen waarbij ik betrokken ben, dat je op de site van een medium komt en de sfeer ziet. Is het er een van commercie (word lid, dit is je korting, schrijf je hierbij in, hier heb je nog pluspunten voor mensen die al tien jaar lid zijn) of is het een inhoudelijk verhaal. Zou je juist dat niet in de statuten op kunnen nemen?

O: Ja, of hoe worden social media-platformen –

J: Juist in social media wordt dat nog schrijnender. We hebben al een tijdje ervaring met de kranten en met tijdschriften. Maar ook dat je op ieder moment dat je iets doet er meteen een reclame voor je neus staat. Terwijl je denkt als journalist: ik was toch zo blij met mijn medium omdat er zo veel inhoud op zat.

O: Je zou kunnen zeggen dat opgenomen moet worden wat het DNA is van social media. Is het een distributieplatform, een promotieplatform of een redactioneel platform?

J: Dat is een interessant punt.

S: En de directie heeft verstrengelde belangen met de redactie.

O: Ja, dan kun je zeggen als het gaat om een distributieplatform, dan kan commercie daar wel een bepaalde rol in spelen. Maar als je het ziet als een journalistiek product, een Facebook-pagina bijvoorbeeld – want ik snap ergens wel dat de commerciële dienst zegt van ja, de Facebook-pagina is niet de krant. De Facebook-pagina is ons merk op Facebook.

[...]

O: het verschil tussen een distributieplatform en een promotieplatform. Bij een distributieplatform kun je zeggen: het is puur een soort doorgeefluik van wat er in de krant of op televisie is verschenen, waarbij de redactionele inbreng minimaal is, want het is puur een doorgeefluik. Er wordt af en toe een caption veranderd, maar dat is het. Een promotieplatform is wervend, van word lid et cetera. En ik kan me voorstellen dat die drie verschillende versies – als een bedrijf gaat voor versie X, dan gaan die andere-.

Voorbeeld: Heerenveense Courant als promotiekanaal (website)

J: Ja, dat zie ik op het ogenblik gebeuren. Dat hier veel heftige discussies over zijn en dat de marketing het over aan het nemen is.

O: De marketing ziet Facebook als iets anders heb ik de indruk.

J: Dat is een heel interessant punt voor de vernieuwing van statuten ook. En zijn er formuleringen te vinden die dat op een elegante en gunstige manier van de journalistiek aftimmeren?

S: En zijn redactiestatuten in België verplicht?

O: Ik denk van wel.

A: Ja, want in Nederland is het alleen voor audiovisuele media verplicht en niet voor kranten.

O: Dan durf ik dat niet te zeggen. Ik weet het niet.

[...]

S: Over vorm van richtlijnen zijn verschillende dingen mogelijk. [...] Zijn er andere dingen effectiever dan richtlijnen?

O: Ja, trainingen en dergelijke.

### **Bijlage 3: Interview Thomas Bruning, 21 december 2016**

#### **Denkt u dat de redactionele onafhankelijkheid van Nederlandse nieuwsmedia in gevaar is op het moment?**

Ik heb het onderzoek van het CVDM gelezen en ik ben me ook zeker bewust van de angst van hoofdredacteuren over de onafhankelijkheid. Voor een deel is het gewoon waar. Bij het fenomeen tijdschriften zie je het het sterkst, deze zijn heel commercieel geworden (Viva, Margriet). Ze hadden een vrij stevig redactiestatuut. Nu is het nog een heel dun draadje dat de onafhankelijkheid bijeenhoudt, omdat het bijna commerciële concepten zijn geworden (events, allerhande, cosmetica et cetera). Het is een belangrijk onderdeel geworden van hun overlevingsstrategie. Daar kan ik het zeker duiden, maar ik kan het ook zeker duiden bij traditionele nieuwsmedia zoals kranten, omdat je ook daar ziet dat de commerciële druk groter is geworden. Het verdienmodel staat heel serieus onder druk, waardoor uit overlevingsdrang wordt geprobeerd om proposities te geven aan adverteerders en andere partijen, die heel dicht bij inhoudelijke bemoeienis komen. Advertorials worden steeds vaker geschreven door de redacteuren van de krant (bijvoorbeeld bij het FD) en dan staat de onafhankelijkheid toch wel heel erg onder druk. En hoofdredacteuren voelen deze druk van commerciële afdelingen.

Wij (de NVJ) zouden het heel goed vinden als overheidsgeld ter stimulering aan publieke en commerciële media wordt gegeven, met het hebben van een redactiestatuut als voorwaarde. Alleen de bedrijven die een statuut hebben, maken hier dan dus aanspraak op. Het geld wordt dan dus gebruikt om de onafhankelijkheid te beschermen.

#### **Een redactiestatuut zou deze redactionele onafhankelijkheid moeten beschermen. Waarom is het redactiestatuut niet verplicht voor printmedia, zoals kranten? (en wel voor audiovisuele media)**

Dat heeft alles te maken met de Mediawet, die alleen geldt voor omroepen. Oorspronkelijk was het enkel bedoeld voor de publieke omroep. Ik denk dat het logisch zou zijn om de wet in die zin te verbreden dat je de koppeling maakt van 'als u aanspraak wilt maken op welke vorm van publieke stimulering dan ook, dat dan als voorwaarde wordt gesteld dat je ook een fatsoenlijk redactiestatuut hebt'.

#### **Stel je dan niet een te hoge drempel voor nieuwkomers? Dan moeten ze professionals inzetten om zo'n heel statuut in elkaar te zetten.**

Nou nee, want daar kun je gewoon zo'n modelstatuut voor gebruiken. Dat hoeft helemaal niet zo ingewikkeld te zijn. Dat kan eigenlijk op één A4.

#### **En denkt u dat het met de onafhankelijkheid van kranten beter gesteld is dan met die van (commerciële) omroepen?**

Niet per se. Ik denk dat een commerciële omroep, bijvoorbeeld RTL, een goed statuut heeft. Dus dat is niet een op een zo te zeggen. Ik denk wel dat bij digitale media, zoals NU.nl, een koudwatervrees heerst over het maken van goede afspraken.

**Is het modelstatuut dat op de site van de NVJ staat de originele versie van het modelstatuut of is dit een vernieuwde versie?**

Er staan volgens mij meerdere modelstatuten op. Als het goed is staat er ook een modelstatuut voor digitale media – internetjournalistiek – op. Er zijn verschillende. Het is zeker niet het origineel dat dertig jaar geleden door Gerard Schuiten is ontworpen.

**Zou er, gezien de ontwikkelingen in het medialandschap (met bijvoorbeeld de enorme groei van sociale media), een vernieuwd modelstatuut moeten komen? En zo ja, wat zou er dan aan moeten veranderen?**

De komst van internet heeft wel geleid tot een nieuw, apart statuut. Of daar ook al een passage in staat over sociale media, weet ik niet. Ik vraag me ook af of het per se nodig is. Het is een lastige vraag, maar misschien heb ik er nog niet goed genoeg over doorgedacht. Want wat regel je nou in een redactiestatuut? Je regelt de redactionele onafhankelijkheid gekoppeld aan iemands arbeidscontract en je regelt de medezeggenschap. En er staat iets in over de redactionele missie van de club, zodat je als je er gaat werken weet binnen welk kader je de journalistiek bedrijft.

Deze redactionele onafhankelijkheid kun je nog verbreden door te zeggen: digitaal betekent dit dat er een onderscheid moet zijn tussen een redactionele tekst en banners of advertenties. Of dit helder en inzichtelijk is. Wat doe je met verschillende pagina's? Nieuw vraagstuk zou dan kunnen zijn: wat zou dit dan betekenen voor sociale media? Is dat ook van toepassing op alle sociale media-uitingen van die titel? Dat lijkt mij logischerwijs wel. Dat een krant daar dezelfde mores heeft op sociale media. Is dit redactioneel of is het promotioneel? En wanneer kan een redacteur bezwaar maken tegen het vermelden van zijn naam bij een artikel waarin is geknipt en geplakt en wanneer niet.

Zouden we dan weer eens opnieuw naar het statuut moeten kijken? Gezien het feit dat het aantal platformen waarin een medium actief is geworden heel erg is gegroeid: bijvoorbeeld radio, televisie, internet en papier. En binnen internet heb je natuurlijk ook weer zeven of acht andere platformen (YouYube, Twitter et cetera) en wat doet dat vervolgens met het individuele kanaal dat een redacteur heeft? Daar zijn natuurlijk wel veel discussies over geweest en zijn ontslagen op gevolgd. Een redacteur die zijn eigen mening geeft –

**Daarover verwacht je misschien meer dat er in de stijlboeken of richtlijnen afspraken over zijn gemaakt: namens jezelf of namens de krant.**

Ja, dus het is een beetje het schemergebied tussen het stijlboek en het statuut. Ik vind dat een statuut wel uitgebreid is in alles wat een de titel is. Dat daagt me dus ook wel uit om nog eens

te kijken naar een modernere vorm van het statuut.

**Ziet u overigens ontwikkelingen in die statuten? Vervaagt de grens met bijvoorbeeld het stijlboek?**

Wat ik zie is dat een statuut over het algemeen een goed bewaard geheim is voor de buitenwereld. Het is bijna nooit te vinden en media doen er soms zelfs een beetje krampachtig over om helder en inzichtelijk te maken dat het er is. Dus een beetje trots zou geen kwaad kunnen, juist in deze tijd waarin de vraag wat afhankelijk en wat onafhankelijk is -. Een goed leesbare versie voor het publiek zou geen kwaad kunnen, ook al zeggen de meeste van de media van 'ja waarom? We moeten het vooral van ons merkje hebben', maar het zou goed zijn als ze zouden denken 'we willen verantwoording afleggen en dit betekent ook dat we ons hieraan kunnen houden'. Ik had er nog een idee over, maar ik ben het even kwijt.

(Herhaling vraag)

Redacties zijn ingekrompen tot mini-kernen. Er zijn veel freelancers die formeel geen medezeggenschap hebben en geen formele bescherming van onafhankelijkheid hebben. Daarbij kunnen ze als freelancer ook nog zeggen: deze opdracht neem ik wel en deze opdracht neem ik niet. Hierin ligt nog wel een uitdaging. Je kunt moeilijk zeggen: de freelancers nemen deel aan redactievergaderingen, want dan zal de rechter zeggen: je beschouwt ze als volledige werknemers. Daarbij worden deze freelancers dus niet beschermd. Op deze twee punten ligt de onafhankelijkheid dus wel onder druk.

**In het modelstatuut, en ook in de statuten van kranten, is het taalgebruik erg formeel. Is dit volgens u de vorm waarin het statuut zou moeten zijn of zou het ook in een moderner (en actiever) jasje gegoten kunnen worden? (Denk aan passieve zinnen en naamwoordstijl). Of zouden er misschien meerdere versies moeten zijn (een publieksvriendelijke en een juridisch verantwoorde)?**

Dat is beetje het dilemma van welke functie heet het statuut? Heeft dat de functie van 'een statuut dat vooral in een bureaula hoort te liggen en dat niet hoeft te worden aangeraakt tot het moment dat het misgaat' of heeft het de functie om de buitenwereld te laten zien – is het een keurmerk om het maar zo te zeggen? Media moeten het publiek elke dag al overtuigen door hun gedrag. Er is meer een onderlinge controle dan dat het uit dat papiertje (het statuut) moet komen. Het zou goed zijn als statuten iets meer leesbaar zouden worden, maar het zal in de toekomst ook niet gaan dienen als keurmerk. Daar moeten we geen illusies over maken. De kern zit erin, net als trouwen en een trouwboekje. Het zit toch meer in het uiteindelijke gedrag.

## **Bijlage 4: verstuurde mail naar Nederlandse kranten**

Geachte heer, mevrouw,/(naam)

Aan Universiteit Leiden doen wij, Anne Wielenga, Jeroen Jonkers en Stef Arends, onder leiding van Prof. dr. Jaap de Jong onderzoek naar de redactiestatuten en interne richtlijnen van Nederlandse media.

Dit onderzoek wordt uitgevoerd naar aanleiding van de verslechterde financiële situatie (door bijvoorbeeld lagere lezersinkomsten) en de daarmee toenemende dreiging van commercialisering op redacties. Uit onderzoek van het Commissariaat voor de Media is namelijk gebleken dat tweederde van de hoofdredacteuren van Nederlandse media zich zorgen maakt over de onafhankelijkheid van zijn of haar medium.

Een redactiestatuut is in het leven geroepen om deze onafhankelijkheid te waarborgen, maar wij zijn benieuwd in hoeverre de statuten van Nederlandse kranten deze onafhankelijkheid daadwerkelijk beschrijven in hun statuut. We hopen met dit onderzoek ook meer inzicht te geven in de stand van zaken met betrekking tot het redactiestatuut van Nederlandse kranten. Daarnaast willen we bekijken of de huidige vormen van het statuut nog passen bij deze tijd en omstandigheden, waarin sociale media een steeds grotere rol zijn gaan spelen.

Om dit te kunnen bepalen zijn wij bezig de statuten te verzamelen van Nederlandse landelijke, regionale en lokale kranten. Daarom zouden we graag willen weten of (naam krant) over een redactiestatuut beschikt en of we dit statuut zouden mogen gebruiken voor ons onderzoek. Omdat we een beperkte tijd hebben voor het onderzoek en het uitwerken van de resultaten, zouden we het redactiestatuut het liefst binnen twee weken ontvangen.

Ik hoop dat u mee zou willen werken aan ons onderzoek. Uiteraard krijgt u de resultaten van het onderzoek te zien, mocht u daar interesse in hebben.

Alvast bedankt voor een reactie.

Met vriendelijke groet,

Anne Wielenga

Prof. dr. Jaap de Jong  
(Journalistiek en Nieuwe Media, Universiteit Leiden)

## **Bijlage 5: Journalistieke onafhankelijkheid, de *sensitizing concepts***

### **1. Beperking interne druk op de redactie**

- De krant heeft zijn eigen identiteit, waarmee het zich onderscheidt van andere media.
- De krant kent een diversiteit aan invalshoeken en standpunten om zich te onderscheiden van andere media.
- Lees- en verkoopcijfers zijn minder belangrijk dan het aanbieden van een evenwichtig nieuwsaanbod. Inhoudelijke keuzes worden dus niet gemaakt om de lees- of verkoopcijfers te verhogen, maar moeten gemaakt worden uit algemeen maatschappelijk belang. Marktgericht denken moet vermeden worden.
- Een redacteur moet genoeg tijd krijgen zijn artikel te schrijven, waardoor hij nauwkeurig te werk kan gaan en verkregen informatie kan verifiëren. Berichten van persbureaus mogen niet zomaar overgenomen worden.

### **Bevordering journalistieke autonomie van de redacteur**

- De redacteur kan verlangen dat wijzigingen in zijn artikel (kop of lopende tekst) niet worden doorgevoerd.
- Als een redacteur bezwaar heeft tegen een gekregen opdracht, kan hij dit aangeven. Dan wordt er naar een oplossing gekeken.

### **Organisatiestructuur**

- De hoofdredacteur bepaalt de redactionele inhoud van de krant, niet de directie.
- De marketing- of verkoopafdeling, de directie, de uitgever of aandeelhouders oefenen geen invloed uit op het redactionele proces. De directie moet overleg plegen met de hoofdredactie voordat het beslissingen neemt die invloed kunnen hebben op de inhoud van de artikelen.
- De krant beschikt over een redactieraad, die bij belangrijke beslissingen om advies wordt gevraagd of een stem heeft.
- In geval van plannen om te fuseren moet de hoofdredacteur betrokken worden bij deze plannen.
- Er wordt benoemd dat de krant onafhankelijk van deze directie of uitgever werkt.



## Beperking interne druk voor redacteuren

	Krant X	Krant X	Krant X
Eigen identiteit			
Diversiteit aan invalshoeken en standpunten			
Hoofdredactie op de hoogte brengen van mogelijke fusie of reorganisatie			
Vermijden marktgericht denken			
Genoeg tijd voor verificatie			
<b>Bevordering journalistieke autonomie</b>			
Wijzigingen in artikel			
Bezwaar tegen opdracht			
<b>Organisatiestructuur</b>			
Hoofdredacteur bepaalt de redactionele inhoud			
Directie maakt geen belangrijke beslissingen zonder overleg			
Er is een redactieraad			
Hoofdredactie wordt op de hoogte gebracht van reorganisatie			
Benoemen dat redactie onafhankelijk van directie werkt			

## **2. Beperking externe belangenverstremgeling**

- De redactie voert haar taken uit zonder hierbij beïnvloed te worden. Niet van buitenaf en niet van binnenuit.
- Er worden geen (kant-en-klare) stukken overgenomen van *public relations* voordat er nauwkeurig is gekeken naar sporen van beïnvloeding. Hiermee wordt belangenverstremgeling vermeden.
- Informatie van persbureaus wordt eerst gecontroleerd, pr-materiaal wordt eruit gefilterd.
- Adverteerders of aandeelhouders hebben geen invloed op de inhoud en de selectie van nieuws.
- Een redactie neemt geen informatie aan van de overheid. (Hiermee wordt belangenverstremgeling vermeden).
- Een redactie neemt geen informatie aan van politieke figuren/actoren. (Hiermee wordt belangenverstremgeling vermeden).
- Er worden geen materiële of immateriële vergoedingen aangenomen van adverteerders of andere belanghebbenden. (Hiermee wordt belangenverstremgeling vermeden).
- De interesses en voorkeuren van het publiek zijn belangrijk, maar niet sturend voor de nieuwsselectie.
- Een redacteur laat zijn onderwerpkeuze niet leiden niet door niet-journalistieke interesses. (algemene kernwaarden)

## **Bescherming van de journalistieke autonomie**

### **Zelfstandigheid over eigen artikelen**

- De redacteur bepaalt waar de nadruk ligt in zijn artikel (directie, adverteerders of marketing (externen) niet).
- De redacteur bepaalt wie er aan bod komt in zijn artikel. Hij of zij kiest zijn of haar eigen bronnen (externen niet).
- De redacteur bepaalt de invalshoek van zijn artikel (externen niet).

### Beperking externe druk voor redacteurs

	Krant X	Krant X	Krant X
Geen rechtstreekse beïnvloeding van binnenuit of buitenaf			
Geen kant-en-klare PR-stukken			
Informatie van persbureaus wordt niet klakkeloos overgenomen			
Beperken commerciële druk			
Geen informatie van de overheid			
Geen informatie van politieke actoren			
Interesses van publiek zijn niet leidend			
Niet leiden door niet-journalistieke interesses			
<b>Bescherming van de journalistieke autonomie</b>			
Redacteur bepaalt nadruk			
Redacteur bepaalt bronnen			
Redacteur bepaalt invalshoek			

#### **4. De invloed van sociale media**

- Het sociale platform heeft als doel om nieuws te verspreiden en dient niet als promotioneel kanaal.
- Het nieuws wordt geverifieerd voordat het online komt (vooral bij gekopieerd nieuws).
- Sociale media-platformen (zoals Facebook en Twitter) zijn niet het belangrijkste kanaal bij het vergaren van nieuws
- De populariteit van een bericht op een sociale media-kanaal mag niet automatisch leiden tot het overnemen van het bericht in de krant.
- Nieuws wordt niet op sociale platformen geplaatst om meer *clicks* te krijgen of om gedeeld te worden.

	Krant X	Krant X	Krant X
Distributiekanaal in plaats van promotioneel kanaal			
Verificatie vóór plaatsing			
Sociale mediaplatformen zijn niet belangrijkste verzamelplaats van nieuws			
Populariteit van een bericht online leidt niet automatisch tot overname			
Berichten worden niet geplaatst om meer likes of clicks te krijgen			

## 5. Journalistieke kernwaarden

Dit concept gaat vooral om de onafhankelijkheid van de inhoud van zijn artikelen.

- De krant dient het algemeen belang en vormt een bijdrage aan de democratie doordat het mensen zelf een mening laat vormen over een bepaald onderwerp
- De krant probeert het nieuws zo objectief mogelijk te verslaan.
- Er wordt duidelijk gemaakt wanneer iets een feit en wanneer iets een mening is.
- De krant heeft een pluriforme inhoud: alle onderwerpen komen aan bod en populair of emotionerend nieuws krijgt niet meer aandacht dan nieuws dat minder scoort bij het publiek.
- De krant kiest geen kant en probeert dus neutraal te zijn.
- De gegeven informatie is compleet/volledig. De redacteur probeert geen eenzijdig beeld te geven, maar verschillende kanten te laten zien.
- Het nieuws wordt nauwkeurig gecontroleerd op juistheid voordat het gepubliceerd wordt.

	Krant X	Krant X	Krant X
Dienen algemeen belang/ democratie			
Zo objectief mogelijk			
Scheiding feit/mening			
Pluriformiteit/Veelzijdigheid			
Neutraliteit/(hoor en wederhoor)			
Compleetheit/Volledigheid			
Verificatie			

## Bijlage 6: Uitwerking *sensitizing concepts*

In de volgende tabellen is te lezen welke concepten voorkomen in de verzamelde statuten. Het is de uitwerking van het 'ideaalmodel', dat in de vorige bijlage wordt toegelicht.

### 1. Beperking interne druk voor redacteurs

<b><u>Landelijke kranten</u></b>	Trouw	NRC	FD	AD	ND
Eigen identiteit	✓	✓	✓	✓	✓
Diversiteit aan invalshoeken en standpunten	-	-	-	-	-
Hoofredactie op de hoogte brengen van mogelijke fusie of reorganisatie	-	✓	-	✓	✓
Vermijden marktgericht denken	-	-	-	-	-
Beperken te hoge werkdruk	-	-	-	-	-

<b>Bevordering journalistieke autonomie</b>					
Nadruk in artikel	-	-	-	-	-
Welke bronnen	-	-	-	-	-
Invalshoek	-	-	-	-	-
Wijzigingen in artikel	✓	✓	-	✓	✓
Bezwaar tegen opdracht	✓	✓	-	✓	✓
<b>Organisatiestructuur</b>					
Hoofredacteur is verantwoordelijk voor de redactionele inhoud	✓	✓	✓	✓	-
Directie maakt geen beslissingen zonder overleg met hoofredactie/redactieraad	✓	✓	✓	✓	✓
De krant beschikt over een redactieraad	✓	✓	✓	✓	✓
Benoemen onafhankelijke positie	✓	-	✓	-	-

<b><u>Regionale kranten</u></b>	De Gelderlander	HMC	Friesch Dagblad
Eigen identiteit	✓	✓	-
Diversiteit aan invalshoeken en standpunten	-	✓	-
Hoofredactie op de hoogte brengen van mogelijke fusie of reorganisatie	✓	✓	✓
Vermijden marktgericht denken	-	-	-
Beperken te hoge werkdruk	-	-	-

<b>Bevordering journalistieke autonomie</b>			
Nadruk in artikel	-	-	-
Welke bronnen	-	-	-
Invalshoek	-	-	-
Wijzigingen in artikel	✓	-	✓
Bezwaar tegen artikel	✓	-	✓
<b>Organisatiestructuur</b>			
Hoofredacteur is verantwoordelijk voor de redactionele inhoud	✓	✓	✓
Directie maakt geen beslissingen zonder overleg met hoofredactie	✓	✓	✓
De krant beschikt over een redactieraad	✓	✓	✓
Benoemen onafhankelijke positie	✓	✓	-

<b><u>Lokale kranten</u></b>	BDU	Kontakt	InforMeer	Boom	BC	LC
Eigen identiteit	✓	✓	✓	-	✓	✓
Diversiteit aan invalshoeken en standpunten	-	-	-	-	-	-
Hoofredactie op de hoogte brengen van mogelijke fusie of reorganisatie	✓	✓	-	-	✓	✓
Vermijden marktgericht denken	-	✓	-	-	-	-

Beperken hoge werkdruk	-	-	-	-	-	-
------------------------	---	---	---	---	---	---

<b>Eigen artikelen</b>						
Nadruk in artikel	-	-	-	-	-	-
Welke bronnen	-	-	-	-	-	-
Invalshoek	-	-	✓	-	-	-
Wijzigingen in artikel	-	-	-	-	-	✓
Bezwaar tegen artikel	-	-	-	-	-	✓
<b>Organisatiestructuur</b>						
Hoofdredacteur is verantwoordelijk voor de redactionele inhoud	✓	✓	-	✓	✓	✓
Directie maakt geen beslissingen zonder overleg met hoofdredactie	✓	✓	-	✓	✓	✓
De krant beschikt over een redactieraad	-	✓	-	✓	-	✓
Benoemen onafhankelijke positie	✓	✓	-	✓	✓	✓



## 2. Beperking externe druk voor redacteurs

### Landelijke kranten

	Trouw	NRC	FD	AD	ND
Geen rechtstreekse beïnvloeding van binnenuit of buitenaf	-	-	-	✓	✓
Geen kant-en-klare PR-stukken	-	-	-	-	-
Beperken invloed commercie	-	-	✓	-	-
Geen informatie van de overheid	-	-	-	-	-
Geen informatie van politieke actoren	-	-	✓	-	-
Geen vergoedingen aannemen	-	-	-	-	-
Interesses en behoeften van publiek zijn niet leidend	-	-	-	-	-
Niet leiden door niet-journalistieke interesses	-	-	-	-	-

### Regionale kranten

	De Gelderlander	HMC	Friesch Dagblad
Geen rechtstreekse beïnvloeding van binnenuit of buitenaf	✓	✓	✓
Geen kant-en-klare PR-stukken	-	-	-
Beperken invloed van commercie	-	-	-
Geen informatie van de overheid	-	-	-
Geen informatie van politieke actoren	-	-	-
Interesses van publiek zijn niet leidend	-	-	-
Niet leiden door niet-journalistieke interesses	-	-	-

### Lokale kranten

	BDU	Kontakt	InforMeer	Boom	BC	LC
Geen rechtstreekse beïnvloeding van binnenuit of buitenaf	✓	-	-	-	✓	✓

Geen kant-en-klare PR-stukken	-	-	-	-	-	-
Beperken invloed commercie	-	✓	-	-	-	-
Geen informatie van de overheid	-	-	-	-	-	-
Geen informatie van politieke actoren	✓	-	✓	✓	-	-
Geen vergoedingen aannemen	-	-	-	-	-	-
Interesses van publiek zijn niet leidend	-	-	-	-	-	-
Niet leiden door niet-journalistieke interesses	✓	-	-	-	-	-

### **3. Journalistieke kernwaarden**

#### **Landelijke kranten**

	Trouw	NRC	FD	AD	ND
Dienen algemeen belang/ democratie	✓	✓	✓	✓	-
Zo objectief mogelijk	-	✓	-	✓	-
Scheiding feit/mening	✓	-	-	✓	-
Pluriformiteit/Veelzijdigheid	✓	-	-	✓	-
Neutraliteit	-	-	-	-	-
Compleetheit/Volledigheid	✓	-	-	-	✓
Verificatie	-	-	-	-	-

#### **Regionale kranten**

	De Gelderlander	HMC	Friesch Dagblad
Dienen algemeen belang/ democratie	✓	✓	✓
Zo objectief mogelijk	✓	-	-
Scheiding feit/mening of nieuws/commentaar	✓	✓	-
Pluriformiteit/Veelzijdigheid	✓	✓	-
Neutraliteit/(hoor en wederhoor)	✓	✓	-

Compleetheit/Volledigheid	✓	✓	-
Verificatie	✓	✓	-

### Lokale kranten

	BDU	Kontakt	InforMeer	Boom	BC	LC
Dienen algemeen belang/ democratie	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Zo objectief mogelijk	✓	-	-	-	-	✓
Scheiding feit/mening	✓	-	-	-	-	-
Pluriformiteit/Veelzijdigheid	-	✓	✓	-	-	✓
Neutraliteit/(hoor en wederhoor)	✓	-	-	-	✓	-
Compleetheit/Volledigheid	✓	-	-	-	-	✓
Verificatie	✓	✓	-	-	-	-

## **Bijlage 7: het redactiestatuut van InforMeer**

Gemeente Haarlemmermeer

### **Nota van B&W**

Onderwerp Gemeentelijke informatie Hoofddorpse Courant

Portefeuillehouder mr. A. Ph. Hertog

Collegevergadering 13 december 2005

Inlichtingen M. Oosterveen (023 567 6245)

Registratienummer: 2005/ 37892

#### **Inleiding**

Op 21 juni 2005 heeft het college besloten om de Gemeentekrant Haarlemmermeer op te heffen en de gemeentelijke informatie in een bestaand huis-aan-huisblad te plaatsen.

Conform het aanbestedingsbeleid 2005 is hiervoor een meervoudige onderhandse aanbestedingsprocedure gevolgd waarbij drie offertes zijn aangevraagd. Na weging van de ontvangen aanbiedingen is vastgesteld dat de aanbieding van de Hoofddorpse Courant de economisch meest voordelige voor de gemeente Haarlemmermeer is. Hierop is de opdracht gegund aan de Hoofddorpse Courant.

Voor deze nieuwe opzet van de gemeentelijke informatie is gekozen voor de naam InforMeer met als ondercast informatie van de gemeente Haarlemmermeer. Om te komen tot een goede afstemming van taken en inhoud van InforMeer zijn een redactiestatuut en redactieformule opgesteld. Deze dienen door B&W vastgesteld te worden.

#### **Redactiestatuut**

In het redactiestatuut zijn ondermeer vastgelegd de samenstelling van de redactie, de verschillende taken, verantwoordelijkheden van de redactie, eindredacteur en externe tekstredacteur. Maar ook de werkwijze en bevoegdheden van de redactie.

#### **Redactieformule**

De redactieformule van InforMeer heeft betrekking op de inhoud van de gemeentelijke informatie in relatie tot doelstelling en doelgroepen. Maar ook de samenhang met andere communicatiemiddelen, de verschillende verantwoordelijkheden en de samenwerking met

raadsgriffie over de informatie over en van de gemeenteraad.

### **Besluit**

Op grond van het voorgaande hebben wij besloten om:

- 1 In te stemmen met de naam InforMeer, informatie van de gemeente Haarlemmermeer als nieuwe naam voor de gemeentelijke pagina's in de Hoofddorpse Courant
- 2 Het redactiestatuut InforMeer vast te stellen
- 3 De bladformule InforMeer vast te stellen
- 4 Informatie van en over de gemeenteraad in nauwe samenwerking met de griffie op te nemen als vaste rubriek in InforMeer
- 5 Het presidium voor te stellen deze nota ter kennisname aan de raad te zenden.

### **Bijlage(n)**

Redactiestatuut InforMeer

Redactieformule InforMeer

## **Redactiestatuut InforMeer**

### Samenstelling redactie

De wekelijkse totstandkoming van InforMeer is door het college van B&W gedelegeerd aan de sector Communicatie en Marketing i.o. Binnen deze sector verzorgt de unit corporate media de redactie van InforMeer en betreft daar de units communicatieadvies en -uitvoering en woordvoering en de communicatieadviseur van de raadsgriffie bij.

### **Taak redactie**

Hoofdtak van de redactie is het zorgdragen voor de wekelijkse verschijning van InforMeer. Om dit te bewerkstelligen zijn de volgende taken te onderscheiden:

- bepalen van geschikte onderwerpen en invalshoek
- verzamelen en selecteren van artikelen, mededelingen en beeld
- redigeren van artikelen
- schrijven van artikelen en korte berichten
- contact onderhouden met de redactie van de Hoofddorpse Courant

### **Taak eindredacteur**

- uitzetten artikelen en foto's
- selecteren en beoordelen van aangeleverde artikelen en beeld
- redigeren van artikelen
- bewaken productieproces
- contact onderhouden met (externe) redacteuren
- contact onderhouden met de Hoofddorpse Courant
- aanleveren materiaal
- beoordelen van drukproeven

### **Taak (externe) tekstredacteur**

- (mede)bedenken van geschikte onderwerpen
- schrijven van artikelen en berichten
- aanleveren kopij en contact onderhouden met eindredacteur

Het is mogelijk dat de eindredacteur tevens de taak van tekstredacteur vervult. In dat geval wordt het betreffende artikel ter eindredactie voorgelegd aan een andere medewerker van corporate media.

### **Werkwijze redactie**

Er wordt eenmaal per week vergaderd over de te plaatsen artikelen in InforMeer. Dit gebeurt door het mediateam dat bestaat uit een vertegenwoordiger van corporate media, een vertegenwoordiger van communicatieadvies en -uitvoering, een vertegenwoordiger van woordvoering en het hoofd communicatie. Het mediateam bespreekt (naar aanleiding van de B&W agenda) over welke onderwerpen persberichten uitgaan en welke onderwerpen op de website en in InforMeer worden gepubliceerd. Bij de keuze van de onderwerpen voor InforMeer is de redactieformule leidend. Daarnaast is er regelmatig contact met de communicatieadviseur van de raadsgriffie over de onderwerpen uit de gemeenteraad. De onderwerpen over actuele uitvoeringszaken en planvorming (meestal vanuit de diensten) worden door de communicatieadviseurs rechtstreeks aan de redactie aangeleverd. De communicatieadviseurs zijn ervoor verantwoordelijk dat deze onderwerpen via een korte briefing of kant-en-klare teksten tijdig worden aangeleverd en inhoudelijk juist zijn.

Geïnterviewden krijgen de concepttekst altijd te lezen en kunnen hierop reageren. Afhankelijk van het onderwerp gaat een concepttekst ook langs de communicatieadviseur en/of de woordvoerder.

### **Bevoegdheden en verantwoording**

De eindverantwoordelijkheid van de inhoud van InforMeer ligt bij het college van B&W, gedelegeerd aan het hoofd van de sector Communicatie en Marketing i.o. Het hoofd communicatie belast de eindredacteur met de volgende taken: het beoordelen en/of aanpassen van aangeleverde onderwerpen, artikelen of beeld de keuze in prioritering van de plaatsing van onderwerpen (als er sprake is van een overschot) op basis van de redactieformule in samenwerking met het mediateam beslissen over de inkoop van extra pagina's in samenwerking met het mediateam beslissen bij controversiële of politiekgevoelige onderwerpen. Als hier binnen het mediateam twijfel of discussie over ontstaat, heeft het college van B&W het laatste en beslissende woord.

### **Algemene afspraken redactie**

De eindredacteur bepaalt de deadlines voor het aanleveren van materiaal. De onderwerpen voor InforMeer worden door de eindredacteur ingepland in een redactiekalender. Zowel de aanlever- en productiedata als de redactiekalender zijn te raadplegen via intranet.

### **Budget**

De redactie verricht haar werkzaamheden binnen een door de gemeenteraad vast te stellen budget. Het budget van 2006 bedraagt 347.600 euro. De budgethouder is het hoofd communicatie.

### **Jaarplanning**

InforMeer komt wekelijks uit (met uitzondering van de laatste week van december) op donderdag

### **Colofon**

InforMeer is een uitgave van de gemeente Haarlemmermeer en verschijnt elke week in de Hoofddorpse Courant.

Redactie: sector Communicatie en Marketing i.o.

Hoofd sector: Nico van Esmond

Eindredactie: Nathalie Goudsmit

Redactieadres: sector Communicatie en Marketing i.o., Postbus 250, 21 30 AG Hoofddorp. Telefoon:

023 567 69 96. E-mail: redactie.Gk@haarlemmermeer.nl

Aan de inhoud van InforMeer kunnen geen rechten worden ontleend.

### **Redactieformule InforMeer**

#### **Aard**

InforMeer bestaat uit gemiddeld drie pagina's in een huis-aan-huisblad. InforMeer bevat gemeentelijke informatie die van belang kan zijn voor inwoners, bedrijven en instellingen van Haarlemmermeer. Een deel van de informatie moet op grond van de gemeentewet worden gepubliceerd. De sector Communicatie en Marketing i.o. maakt InforMeer.

## **Doelstelling**

Het doel van InforMeer is om alle inwoners, bedrijven en instellingen van Haarlemmermeer te informeren over zaken die in de gemeente als organisatie en als leefgemeente spelen. InforMeer geeft toelichting op voorgenomen en vastgesteld beleid en verantwoording voor de gemaakte keuzes. Daarnaast wordt service-informatie geboden (korte informatie over regelingen, voorzieningen, verkeer, adresgegevens en informatie over raadsvergaderingen) en juridisch verplichte informatie (officiële mededelingen).

## **Doelgroep**

Alle artikelen zijn gericht op alle inwoners van Haarlemmermeer die geïnteresseerd zijn in zaken die in de gemeente spelen. Wel blijkt uit het omnibusonderzoek 2005 dat meer 55-plussers dan jongeren en inwoners met een lagere opleiding, lokale bladen lezen.

## **Samenhang met andere communicatiemiddelen**

InforMeer en de website zijn de gemeentebrede externe communicatiemiddelen voor actuele informatie. De website is 24 uur per dag bereikbaar. InforMeer verschijnt één keer per week. Om zoveel mogelijk inwoners te bereiken worden beide media ingezet. De ruimte in InforMeer is beperkt. Daarom wordt in veel gevallen verwezen naar de website waar uitgebreide informatie te vinden is in de vorm van nota's, beleidsstukken. Daarnaast wordt de lezer van InforMeer via korte stoppers getriggerd om de gemeentelijke website te bezoeken.

## **Inhoudelijke kenmerken**

De lezer wordt op de hoogte gebracht van informatie die betrekking heeft op de gemeente als organisatie en als leefgemeente. Hierbij staat het belang en de belangstelling van de inwoner centraal (wat zijn de consequenties van een bepaald besluit voor de inwoner, op welke wijze kan invloed worden uitgeoefend). Per uitgave wordt er gestreefd naar een balans tussen 'need to know' en 'nice to know'. Naast de variatie in onderwerpen, is er tevens sprake van een afwisseling van wat langere artikelen en korte, snel te lezen teksten. De informatie is toegankelijk in woord en beeld. Dit betekent dat het taalgebruik eenvoudig is en vakjargon zoveel mogelijk wordt vermeden. InforMeer bevat zo actueel mogelijke informatie.

De informatie die wordt gegeven is duidelijk en betrouwbaar. Dit houdt in dat zowel goed nieuws als slecht nieuws wordt uitgelegd.

## **Globale inhoud**

De eerste pagina van InforMeer is een redactionele pagina. Deze pagina bestaat uit 2 'hoofdartikelen' en enkele korte berichten (afhankelijk van omvang hoofdartikelen: 2 a 4). Onderwerpen die op de redactionele pagina aan de orde komen zijn bijvoorbeeld: informatie over gemeentelijke beleid, informatie over initiatieven en activiteiten van de gemeente, informatie over voortgang van projecten die voor veel inwoners van belang zijn, informatie over besluiten, initiatieven en activiteiten van de raad, impressie uit B&W-nieuws met verwijzing naar website. Pagina 2 en 3 zijn servicepagina's met een mix van officiële mededelingen en andere vaste informatie. Vaste onderdelen van deze pagina's zijn: informatie uit de raad, gemeentelijke mededelingen, adressen en openingstijden gemeentelijke diensten en informatie over werkzaamheden aan de weg.

## **Aantal pagina's**

Het gemiddeld aantal pagina's is drie per week. Het kan voorkomen dat er meer pagina's worden



gepubliceerd vanwege een aanzienlijk groter aantal mededelingen (bijvoorbeeld bij de maandelijkse publicatie van milieumedelingen). Het kan ook gebeuren dat er minder officiële mededelingen zijn. In zo'n geval worden de pagina's niet per definitie opgevuld. Bij bijzondere gelegenheden wordt het aantal redactionele pagina's uitgebreid in de vorm van specials. De redactie bepaalt of er extra pagina's verschijnen.

### **Tekstuele eisen**

De schrijfstijl is helder, toegankelijk en makkelijk leesbaar. Vaktermen en wollig taalgebruik worden zoveel mogelijk vermeden

- Er is sprake van helder en uitnodigende koppen
- De lezer wordt aangesproken met u (behalve als het jongerenonderwerpen betreft)
- De maximale lengte van de artikelen is 350 woorden
- Er wordt per artikel over één onderwerp geschreven
- De artikelen beginnen met een lead (vijf w's), daarna volgt een logisch opbouw van de tekst
- Er wordt gebruik gemaakt van tussenkoppen die maximaal één regel in beslag nemen
- Aantrekkelijke foto-onderschriften moeten prikkelen en aanzetten tot lezen
- De voorkeursspelling wordt toegepast
- De schrijfstijl is afgestemd op het gemiddelde opleidingsniveau van de lezer

### **Uiterlijke kenmerken**

InforMeer is herkenbaar als uitgave van de gemeente Haarlemmermeer. De lay-out en het kleurgebruik zijn conform de huisstijl van de gemeente

- Het stramien van de pagina's is helder en overzichtelijk en leidt de lezer door de verschillende teksten
- De redactionele pagina is in full colour
- Om de aantrekkelijkheid van de servicepagina's te bevorderen wordt ook hier gebruik gemaakt van kleur zonder dat dit schreeuwerig aandoet. De foto's zijn aansprekend en van goede kwaliteit, liefst met mensen erop

### **Verschijningsfrequentie, oplage, verspreiding**

InforMeer verschijnt wekelijks, op donderdag. De krant is opgenomen op een vaste plek in De Hoofddorpse Courant. De Hoofddorpse Courant verschijnt in een oplage van 60.600 exemplaren en wordt door 199 bezorgers huis-aan-huis verspreid door heel Haarlemmermeer (met uitzondering van adressen die voorzien zijn van een neelnee-sticker). Inwoners die gekozen hebben voor een neelnee-sticker en dus te kennen geven geen huis-aan-huisbladen te willen ontvangen, kunnen de krant desgewenst afhalen bij 35 verschillende afhaalpunten, waaronder de receptie in de centrale hal van het raadhuis en de hulpsecretarieën. Tevens kunnen zij de gemeentelijke pagina's downloaden via [www.haarlemmermeer.nl](http://www.haarlemmermeer.nl). Alle lezers die de gemeentekrant Haarlemmermeer in 2005 separaat per

post hebben ontvangen, worden ervan op de hoogte gesteld hoe zij vanaf 1 januari 2006 de gemeentelijke informatie kunnen verkrijgen.

### **Externen**

InforMeer is geen platform voor politieke, maatschappelijke of commerciële groeperingen. Alleen wanneer er sprake is van algemeen belang of service aan inwoners wordt, na beoordeling van de redactie, aan externen ruimte geboden. Voorbeelden zijn informatie van bv. De Meerlanden en de GGD.

### **Verantwoordelijkheid**

Het college van B&W is eindverantwoordelijk voor het verschijnen van InforMeer. De uitvoering is opgedragen aan de sector Communicatie en Marketing i.o. De redactie bestaat uit medewerkers van de sector Communicatie en Marketing i.o. en wordt aangestuurd door het hoofd van de sector. Bij twijfel of discussie over politiekgevoelige onderwerpen beslist het college van B&W.