



# News City code







# Beste collega

Met News City bereiken we elke dag miljoenen Vlamingen. We hebben een grote impact op hun leven, dat geeft ons ook een grote verantwoordelijkheid. Of het nu gaat om *HLN*, *VTM NIEUWS* of *Het Laatste Nieuws*, om het radionieuws van Q of Joe, om *Dag Allemaal*, *Nina* of één van onze andere mooie merken: passie voor ons publiek is wat ons drijft. En dat publiek heeft recht op kwaliteit. In inhoud en vorm. Altijd, overal en radicaal.

**Daarom hebben we deze News City Code - een journalistieke handleiding voor onze journalisten én alle andere collega's - geschreven.** We willen immers toonaangevend zijn in ons vak, in alle opzichten: we brengen niet zomaar nieuws, maar hét nieuws voor de mensen. We willen niet zomaar de grootste zijn, maar ook de beste. We willen betrouwbaar zijn in een tijd waarin sommigen het vertrouwen verliezen.

De journalistiek die we brengen op al onze media, in tekst, video, audio, graphics..., kent verschillende dimensies. In eerste instantie gaat het vaak om snelle nieuwsgaring: urgentie is de magneet die mensen naar ons toe trekt. In tweede instantie - en zeker niet minder belangrijk - brengen we boeiende verhalen, die dieper graven. We gaan daarbij op zoek naar hoofdpersonages die hun verhaal doen. Naar de waarheid achter de schijn, de kern onder de oppervlakte... naar verbanden. Zo helpen we mensen de wereld te begrijpen en hun dagelijks leven te verrijken.

Of het nu breaking news is, of onderzoeksjournalistiek. Of je een starter bent of een doorgewinterde journalist. Of het om oorlog gaat, onze energiefactuur, een voetbaltransfer of een burenruzie.... Elke dag weer zoeken we het nieuws waar het zich voordoet. We checken en brengen het, gaan voor een brede en rijke mix, duiden wat niet helder is, geven aan wat fout gaat.

Die dagelijkse opgave vergt een solide professionele instelling van alle collega's. **Deze News City Code wil daarbij helpen. Ze is een gids, een leidraad met handvatten voor elke journalist en medewerker. Zodat we de juiste journalistieke en ethische keuzes maken.** Zodat we correct zijn in wát we zeggen, tonen, schrijven, en ook in hóé we nieuws garen en verwerken.

## **Onafhankelijkheid en onpartijdigheid**

**Met deze code willen we ook het belang benadrukken van onze journalistieke onpartijdigheid en onafhankelijkheid.** Zonder te vervreemden van de werkelijkheid van alledag maar altijd zoekend naar hoe de zaken werkelijk zijn, vragend en bevragend tot zonodig de laatste steen is omgedraaid.

## **Onze onderscheidende waarden**

In onze code expliciteren we natuurlijk de traditionele **journalistieke waarden**: we zijn *geloofwaardig, helder, transparant, onpartijdig, kritisch, verantwoordelijk* en *respectvol*. **Deze algemene journalistieke waarden gelden als basis voor de onderscheidende waarden van News City. Ook dié waarden zijn van cruciaal belang want ze geven ons smoel en bepalen mee de relatie met onze consument.** We vinden het daarom ook belangrijk ze in deze inleiding aan te halen. Bij News City zijn we *ondernemend*: we nemen initiatief en als dat kan ook het voortouw. We gaan voor *excellentie*, qua prestaties en qua talent. We gaan naar *het hoofd én het hart* van de mensen. We zijn *open* en *assertief*. We zijn *vrank en vrij* en *benoemen* dus problemen én verantwoordelijken. We hebben heel bewust oog voor 'de andere kant' van de informatie, en laten ons niet vangen in de pensée unique. We zijn *bourgondiërs*, houden van de 'goede kant van het leven': we leggen de vinger op de tekorten, onvolkomenheden en eigenaardigheden van de samenleving maar schetsen ook de positieve punten en inspireren met oplossingen. Als we een fout maken, geven we die toe.

## Vorm en taal

De Code mag een juiste vorm niet in de weg staan, **want we zijn ervan overtuigd dat ‘vorm’ cruciaal is voor de inhoud. Wat we doen, presenteren we altijd mooier, beter en wervender dan wie ook.** Qua taal, zijn we standaardtalig, helder en vlot. We zijn fier op onze taalvaardigheid, en willen ook daar uitblinken. Als journalisten stralen we onze journalistieke passie ook uit in ons voorkomen en in onze attitude: we vertegenwoordigen zo met trots onze lezers, kijkers, luisteraars, en ook DPG Media.

## Verhaalkracht

**Evenmin is onze Code een excuus om verhalen, groot of klein, uit de weg te gaan.** Het omgekeerde is waar: zij helpt ons om altijd en overal de beste verhalen te brengen voor onze lezers, kijkers en luisteraars. **We staan dus voor een offensieve journalistieke aanpak.**

Deze Code is mede het resultaat van het niet aflatende en grondige werk van Jo Buggenhout en Leo Neels, die we daarvoor niet genoeg kunnen bedanken. Elke medewerker van News City onderschrijft deze Code, die complementair is aan de Code van de Raad voor de Journalistiek. Ze is de belofte aan ons publiek. Op die wijze is de Code tegelijk ons engagement en straalt ze de fierheid uit die ons als journalisten drijft.

**Samen maken we onze journalistieke passie waar, om zo het leven van miljoenen Vlamingen te verrijken. Ik wens jullie daarbij alle succes.**

Hartelijke groet,

**Nicholas Lataire**  
Directeur News City

## **Noot:**

- \* De redactie van 'Het Laatste Nieuws' opereert sedert 1947, en ook vandaag, op basis van de Verklaring van Oxford (<http://www.raadhetlaatstenieuws.be/index.html>), met waarden zoals de eerbied voor de persoon en de gemeenschap, fundamentele waarden en rechten, de democratie en het vrij ondernemerschap.
- \* VTM en onze radiozenders honoreren alle wettelijke bepalingen inzake redactionele onafhankelijkheid en journalistieke deontologie zoals voorzien in het Vlaamse mediadecreet.
- \* DPG Media onderschrijft als bedrijf de Code van de Raad voor de Journalistiek, waarin onze medewerkers ook actief zijn.







10:00

HLN

Meld Nieuws

15°

Net binnen

Sport

Showbizz

Nieuws

Nina

HLN+

EXCLUSIEF VOOR ABONNEES

## Firmawagen in sneltempo elektrisch: dit zijn de 10 meest gekozen modellen



"Hoe cru het misschien klinkt, het boeit me eigenlijk niet": cokegebruikers reageren op aanvallen op sociale media na doo...



Waar klanten hun Porsche en roestbak naast elkaar parkeren: het succes van 30 jaar Action verklaard



Wanneer heb je een "totale burn-out en wat doe je eraan? Er zijn vier criteria"

HLN

Regio

Video

Puzzel

Menu

# Inhoudsopgave

## **Onze missie.....13**

### **Wie we zijn en wat we doen..... 14**

#### **Voor wie is de code bedoeld..... 15**

Naleving ..... 16

Handhaving.....17

Ons publiek is heilig .....17

Permanente vorming..... 18

Zorgvuldige journalistiek..... 18

De code als transparante gereedschapskist ..... 19

#### **Wettelijke en contractuele bepalingen. ....20**

De perskaart is geen vrijgeleide ..... 23

Nog even... voor de duidelijkheid.....24

## **Sterke merken hebben ook sterke waarden.....27**

### **De basisafspraken. .... 28**

### **De basiswaarden. .... 29**

Geloofwaardig ..... 29

Helder ..... 30

Transparant ..... 30

Onpartijdig..... 30

Kritisch ingesteld.....31

Respectvol voor privacy .....31

Verantwoordelijk .....31

Respectvol voor de kwetsbaren..... 32

## Deontologie van de journalist bij News City .....35

### **Voraf ..... 36**

### **De code ..... 37**

#### **Nauwkeurigheid en zorgvuldigheid ..... 37**

Omgaan met bronnen ..... 42

Privérelaties ..... 43

#### **Omgaan met de gastvrijheid van bronnen..... 43**

Etentjes ..... 43

Reizen ..... 44

Tickets ..... 45

Geschenken ..... 45

Kortingen en andere voordelen ..... 47

    Bronvermelding ..... 48

    Fairplay naar andere media ..... 48

    Financiële berichtgeving ..... 56

#### **Onpartijdigheid..... 57**

Wederhoor/wederwoord/recht van antwoord ..... 58

#### **Goede trouw ..... 64**

    Identificatie. .... 64

    Minderjarigen..... 65

        Recht op vergetelheid..... 69

    Vermoeden van onschuld..... 70

        Beelden in de rechtszaal..... 70

    Slachtoffers. .... 74

#### **Fairplay ..... 76**

    Open vizier ..... 76

    Recensies ..... 77

    Undercover ..... 77

**Specifieke richtlijnen rond online informatie .....81**

**Deontologie van de journalist buiten de dienst. ....87**

Politiek.....89

Nevenactiviteiten .....89

**Specifieke richtlijnen en  
aanbevelingen rond sociale media .....95**

Accounts/profiel .....96

Opinie.....96

Privacy.....97

Bevrienden/volgen .....97

Linken.....98

Berichten maken.....98

Veiligheid.....99

Retweeten.....99

**De checklist.....100**



# Onze missie



# Wie we zijn en wat we doen

De missie van News City is onpartijdig en in volle onafhankelijkheid waarheidsgetrouw te informeren, vanuit het midden van de samenleving. We richten onze ogen daarbij op alle maatschappelijke gebeurtenissen en fenomenen waarbij we niet alleen aandacht hebben voor de feiten, maar ook een forum aanreiken voor noodzakelijk debat. We geven waar relevant ook zelf een gefundeerde opinie. Want journalistiek is meer dan het doorgeven van feiten en meningen van derden. We willen ook inspireren en, zonder belerend te zijn, het leven van mensen beter maken.

Het publiek weet via onze duiding wat er leeft, en kan hierdoor de complexe wereld - van zeer dichtbij tot heel erg ver - beter begrijpen. En kan via onze brede en zo volledig mogelijke informatie betere eigen keuzes maken. We informeren de mensen zodat ze hun leven kunnen inrichten om zichzelf zo goed mogelijk te kunnen ontplooiën. Door ook de macht te controleren dragen we ons steentje bij aan een rechtvaardiger en dus sterke samenleving. We zijn waar we moeten zijn en gaan onophoudelijk op zoek naar de waarheid, waar die ons ook mag brengen. We stellen alle mogelijke en noodzakelijke vragen, en vragen ook door, we gaan op zoek naar alle mogelijke en noodzakelijke antwoorden en als het enigszins mogelijk is suggereren we ook mogelijke oplossingen.

Via een veilige en inclusieve organisatie bij DPG Media en door creatief samen te werken over alle muren heen in volle diversiteit en verantwoordelijkheid streven we naar relevante, dus excellente journalistiek. En dragen we ook bij aan een betere en krachtdadige democratie. Dit gaat hand in hand met een heldere ethische benadering.

Net door altijd en overal en volledig compromisloos ethisch correct te werken en onze betrouwbaarheid te bewijzen, verdienen we geloofwaardigheid, zowel onze journalisten als onze nieuwsmerken, die toonaangevend zijn. Onze reputatie is gebaseerd op een zo volledig mogelijke transparantie naar publiek, hoofdpersonages in het nieuws, bronnen, adverteerders en anderen toe. Journalisten en andere redactionele medewerkers garanderen op die manier de integriteit van de nieuwsproducten bij News City en DPG Media. De journalisten en redacties onderschrijven de Code van de Raad voor de Journalistiek en de eigen aanvullende code. Die heldere set waarden, normen en afspraken vormt geen keurslijf, maar een richtsnoer. En er wordt ook altijd alles aan gedaan om conform die code elke (ook potentiële) belangenvermenging met mensen, bedrijven of organisaties, waarmee de News City-journalist beroepshalve (mogelijk) in contact komt, te vermijden. Want wie zelf belangen vermengt verspeelt bij het publiek zijn geloofwaardigheid om er een ander op aan te spreken. Onafhankelijkheid staat dus hoog in ons vaandel en we zijn – naar Johan Anthierens – ‘niemands meester, niemands knecht’.

## Voor wie is de code bedoeld

Onderstaande richtlijnen zijn bedoeld voor iedereen die voltijds of deeltijds verbonden is aan de redacties van News City. Dit geldt dus zowel voor de journalisten en reporters, chefs, eind- en hoofdredactie als voor andere ondersteunende redactiemedewerkers (productioneel, grafisch en technisch). De code geldt ook voor de nieuwsanalisten van het Content Performance team en voor stagiairs of ‘trainees’ bij de redacties. De stagebegeleiders zien erop toe dat zij bij aanvang van de stage op de hoogte zijn van het bestaan van de code en dat ze die ook gelezen hebben.

Administratieve medewerkers zijn in principe niet gebonden door de journalistieke code, maar ook zij mogen 1) geen persoonlijk voordeel halen uit niet gepubliceerde of uitgezonden



informatie waarover de redactie beschikt en 2) geen activiteiten uitvoeren of meningen verspreiden die de reputatie, onpartijdigheid en geloofwaardigheid van de redacties schaadt of kan schaden, oa via eigen sociale accounts.

Ook niet vaste medewerkers houden hier rekening mee, zeker tijdens periodes waarin ze meewerken aan nieuws- en duidingsproducten van News City.

## Naleving

Onze bedoeling is de journalistieke onafhankelijkheid en de onpartijdigheid maximaal te beschermen. En in haast alle gevallen zal 'gezond verstand' er meteen toe leiden dat er geen ethisch of deontologisch conflict is of kan ontstaan. Elke journalist, die ook individueel verantwoordelijk is voor de eigen publicatie of audiovisuele bijdrage, en elke andere medewerker wordt geacht onderstaande afspraken zorgvuldig te lezen, en geregeld te herlezen. De code is al ruim en zo concreet mogelijk, maar we leven en werken nu eenmaal in een snel veranderende wereld waarin we niet op alles kunnen anticiperen. De code is ook geen statisch document. Veranderende technieken of (werk)omstandigheden kunnen aanleiding zijn tot aanpassingen. Ook situaties rond bv. (potentiële) belangenvermenging die hier niet expliciet zijn opgenomen, zijn daarom niet uitgesloten van de ethische code. Bij twijfel zal doorgaans snel blijken dat het antwoord vanzelfsprekend is. Maar wie er zelf niet meteen uitraakt kan en moet uiteraard altijd terecht bij de chefs en/of eind- en hoofdredactie, en bij de chef deontologie. Als nodig nemen zij ook contact op met de bedrijfsjurist. De opgenomen regels, richtlijnen, afspraken en aanbevelingen kunnen ook aangevuld, en waar nodig bijgestuurd worden. De redacties zullen van eventuele aanpassingen uiteraard wel telkens tijdig op de hoogte worden gebracht.

## Handhaving

De journalist is zelf verantwoordelijk voor een correcte toepassing en opvolging van de regels. Maar de eindbeslissing en (als hij vooraf op de hoogte is van alle feiten) de eindverantwoordelijkheid over wat kan en helemaal niet kan ligt altijd bij de eigen hoofdredacteur, als nodig in overleg met de chef deontologie, en met de journalistiek directeur. We willen er nogmaals op wijzen dat onderstaande code van News City op geen enkele manier afbreuk doet aan de Code van de Raad voor de Journalistiek, die aan de basis ligt. [\[zie bijlage I.\]](#) Journalisten worden ook geacht die Code te kennen en te respecteren. Dat niet doen wordt bij ernstige conflictsituaties overigens als een verzwarend element gezien.

News City is er van overtuigd dat alle redactiemedewerkers onderstaande regels en richtlijnen volgen. Tot nu werden uitzonderlijke meningsverschillen hierover zo goed als altijd opgelost via een beleefde discussie, en News City gelooft dat dit ook in de toekomst zo zal blijven. Alleen als het echt nodig is kunnen en zullen sancties opgelegd worden, en bij een aanhoudend conflict zelfs mogelijk leiden tot het stopzetten van de redactionele medewerking, uiteraard wel altijd volgens de gangbare en voorgeschreven procedures bij DPG Media. Stappen hiertoe worden genomen na overleg tussen en op initiatief van de hoofdredacteurs en de journalistiek directeur bij News City, in samenspraak met de chef deontologie die een advies formuleert.

## Ons publiek is heilig

News City-journalisten berichten waarheidsgetrouw en vertellen de lezers, kijkers en luisteraars de feiten rechtuit, onverbloemd en nietsverhullend. Dat is wat het publiek van ons verwacht. Maar we doen dat wel altijd met volle respect voor onder meer de privacyregels waar nodig. Wat we (nog) niet weten, verhullen we niet en dat zeggen we ook waar en

wanneer het relevant is. En als we fouten maken, geven we dat ook ruimhartig toe, op een faire manier en helemaal transparant. We corrigeren dan snel en helder. We blijven ook altijd en in alle omstandigheden professioneel en beleefd.

We maken geen misbruik van onze professionele activiteiten en verbintenissen, of van onze beroepskaart voor 'onderzoek' dat niet initieel bedoeld is voor publicatie of uitzending. Wie hier toch misbruik van maakt voor persoonlijke voordelen begaat een fout. Wie overigens bewust valse informatie of niet fair verkregen informatie verspreidt, verbreekt daarmee ook een pact met zowel DPG Media als met ons publiek. En dat kan natuurlijk niet.

## Permanente vorming

De redactionele richtlijnen vormen de basis voor kwalitatief hoogstaande journalistieke publicaties en uitzendingen, gemaakt door beroepsjournalisten die zich voortdurend blijven bekwamen in het vakmanschap, ondersteund door regelmatige vorming en coaching, oa ook aangeboden door Campus, het centrum voor journalistieke ontwikkeling binnen DPG Media. Zo zijn we niet alleen voortdurend mee, maar blijven we ook voorop liggen in een vak dat door nieuwe technologieën en vernieuwende methodes ook nog eens snel verandert.

## Zorgvuldige journalistiek

Daar hoort ook de kennis en toepassing bij van de fundamentele rechten en plichten van een journalist, zoals vastgelegd in internationale verdragen, in wetten en decreten, in de Code van de Raad voor de Journalistiek en in de eigen richtlijnen. Die laatste zijn geen vervangmiddel voor het permanente concrete beslissingsproces op de redactie wegens toegelaten verantwoorde en pragmatische casuïstiek, maar ze bieden wel een fundamenteel houvast bij het nemen van de

juiste redactionele beslissingen, en bij een correcte journalistieke uitvoering ervan.

Los van de verplicht op te volgen wetten, decreten en richtlijnen van de Code van de Raad voor de Journalistiek zijn enkele specifieke aanbevelingen en richtlijnen ook voort uitgewerkt op basis van algemeen erkende expertise, zoals bij de richtlijnen rond berichtgeving over zelfmoord door het Vlaams Expertisecentrum Suïcidepreventie.

## De code als transparante gereedschapskist

Ons publiek verwacht dat we ons vak doen zoals hoort. En dat kan alleen als we daarbij een zorgvuldig en daadkrachtig proces volgen, naleven en handhaven. Volgens normen en waarden die garant staan voor onze betrouwbaarheid en waarmee we onze geloofwaardigheid de klok rond aantonen. Ons publiek verwacht dat we excellente journalistiek beoefenen waarmee samenleving en democratie gediend zijn.

Onderstaande 'gereedschapskist', van Grondwet tot journalistieke code, moet ons daar bij helpen. In de aanpak van inhoud, bij wát we brengen dus, maar ook in de manier waarop we informatie en verhalen bijeenzoeken, verwerken en daarna verspreiden. En over hoe we daarbij relevante standpunten brengen en als nodig ook zelf een mening vormen en verspreiden via analyse, duiding en opinie. Want journalistiek is niet neutraal, journalisten zijn niet louter een doorgeefluik.

Tegelijk zijn we ondanks de vrijheid van meningsuiting en persvrijheid, en de redactionele onafhankelijkheid ook niet onbegrensd in onze aanpak. Elke dag opnieuw worden we geconfronteerd met praktische vragen over wat kan en mag, en over wat absoluut niet kan en niet mag, omwille van wettelijke of (beroeps)deontologische regels en afspraken, soms om moreel ethische redenen. De ene vraag daarover is al makkelijker te beantwoorden dan de andere. Maar we gaan geen

enkele vraag of dilemma uit de weg, en we gaan telkens op zoek naar een helder antwoord.

**We zullen in elk geval altijd correct zijn, of niet (meer) zijn. Correct dus in alle betekenissen van het woord.**

## **Wettelijke en contractuele bepalingen.**

Het recht op informatie en vrije meningsuiting zijn fundamentele mensenrechten (oa art. 19 van de Universele Verklaring van de Rechten van de Mens en arts. 19 en 25 van de Belgische Grondwet) en voorwaarde voor een democratische samenleving. Het recht van het publiek om de feiten en de opinies te kennen bepaalt de journalistieke vrijheid en verantwoordelijkheid. Maar het recht op vrijheid van meningsuiting, en de ongecensureerde verspreiding ervan via een vrije pers, is niet absoluut. Iedereen mag zeggen en schrijven wat hij of zij wil, op alle platformen, zolang het niet strijdig is met de wet. Bepaalde uitspraken zoals laster en eerroof, groepsbelediging (cfr. Holocaust) of oproepen tot geweld zijn strafbaar.

Los van de wettelijke begrenzing legt de journalist zich ook wel zelf normen op, die volgen uit het respect voor andere fundamentele mensenrechten. Die normen, vastgelegd in de Code van de Raad voor de Journalistiek, vloeien voort uit zijn plicht om waarheidsgetrouw te berichten, onafhankelijk en onpartijdig informatie te garen en te verspreiden, fair en te goeder trouw op te treden en respect te tonen voor het privéleven en de menselijke waardigheid. [\[zie bijlage I.\]](#)

We hebben codes door zelfregulering, maar we moeten uiteraard ook rekening houden met enkele wetten en decreten, die expliciet verband houden met ons werk. Zonder volledig te willen zijn vestigen we kort de aandacht op een aantal (wettelijke) rechten en plichten die voor journalisten van belang zijn:

- Artikels 19 en 25 van de Grondwet (vrije meningsuiting en persvrijheid)
- De wet van 30 december 1963 betreffende de erkenning en de bescherming van de titel van beroepsjournalist (en latere wijzigingen)
- De wet van 7 april 2005 betreffende de bescherming van journalistieke bronnen
- De bepalingen van arts. 1382 en 1383 van het Burgerlijk Wetboek die aan iedere burger een zorgvuldigheidsplicht opleggen en die de gemeenrechtelijke aansprakelijkheidsregeling uitmaken voor persbijdragen
- Een aantal bepalingen van het Strafwetboek, zoals onder meer, maar niet beperkt tot de arts. 443 tot 452, die laster en eerroof strafbaar stellen, artikel 433bis over de aantasting van de persoonlijke levenssfeer van minderjarigen, de arts. 148 en 439, in verband met de onschendbaarheid van de woning, en artikel 460, dat de schending van het briefgeheim bestraft
- De wet van 8 april 1965 betreffende de jeugdbescherming (en latere wijzigingen)
- De wet op openbaarheid van bestuur (WOB) zoals vastgelegd in art. 32 van de Grondwet, en oa voort uitgewerkt in de federale wetten van 11 april 1994 en 12 november 1997 (provincies en gemeenten), het Vlaams decreet van 26 maart 2004 en het Brussels decreet van 16 mei 2019
- De wet van 30 juli 2018 betreffende de bescherming van natuurlijke personen met betrekking tot de verwerking van persoonsgegevens en meer bepaald Titel 1, hoofdstuk V, art. 24 rond verwerking voor journalistieke doeleinden, en vastgelegd in de Privacy policy van DPG Media [[zie ook praktische handleiding AVG op \*journalist.be\*](#)]

De **audiovisuele redacties** verbonden aan onze radio- en televisiezenders moeten zich ook houden aan het Vlaamse ‘Mediadecreet’ of Decreet betreffende de radio-omroep en televisie. Het decreet van 27 maart 2009 (aangepast op 19 maart 2021) bevat een aantal bepalingen over de werking van de nieuwsredactie van private omroeporganisaties :

- Artikel 39 van het Mediadecreet bepaalt: “In de programma’s wordt elke vorm van discriminatie geweerd. Het programma-aanbod verloopt zo dat het geen aanleiding geeft tot discriminatie tussen de verschillende ideologische of filosofische strekkingen. De informatieprogramma’s, de mededelingen en de programma’s met een algemeen informatieve inslag, en alle informatieve programma-onderdelen worden in een geest van politieke en ideologische onpartijdigheid verzorgd.”
- Deel III, Titel II Hoofdstukken V en VI van het decreet regelen het recht van antwoord en recht van mededeling, en ook het recht op vrije informatiegaring en korte nieuwsverslagen.
- Artikel 130 wijst er op dat de radio-omroep onafhankelijk is van een politieke partij en artikel 131 stelt dat de journaals worden verzorgd “onder leiding en verantwoordelijkheid van een hoofdredacteur”. En voorts dat “de redactionele onafhankelijkheid wordt gewaarborgd en in een redactiestatuut vastgelegd” is. En volgens artikel 138 “worden journaals en informatieve programma’s door een eigen redactie verzorgd die hoofdzakelijk bestaat uit erkende beroepsjournalisten”. De uitgezonden informatie beantwoordt aan de gangbare normen inzake journalistieke deontologie met waarborgen voor onpartijdigheid en redactionele onafhankelijkheid zoals vastgelegd in het redactiestatuut.
- Artikel 164 bepaalt dat “als private televisieomroeporganisaties journaals en duidingsprogramma’s brengen, die door een eigen redactie moeten worden verzorgd. De

redactionele onafhankelijkheid wordt gewaarborgd en in een redactiestatuut vastgelegd.”

[*zie bijlage II. voor de redactiestatuten van VTM Nieuws en de radioredactie van JOE en Qmusic*]

## De perskaart is geen vrijgeleide

Het is evident dat ook journalisten niet buiten de wet staan. We breken dus niet in, we stelen geen documenten, we hacken niet, luisteren geen telefoons af,... We plegen dus zelf geen misdrijven of stellen geen illegale daden om aan nieuws te komen. En zetten er ook anderen niet toe aan. Een misdrijf blijft ook voor ons een misdrijf.

Journalisten maken geen misbruik van de perskaart voor erkende beroepsjournalisten (van de FOD Binnenlandse Zaken, toegekend door de CEBJ) of andere officiële doorgangsbewijzen toegekend aan journalisten. De voorwaarden voor de erkenning van de beroepsjournalist en voor het dragen van de P-kaart werden vastgelegd in de wet van 30 december 1963. In een nieuwe versie voor de kandidaat-beroepsjournalist wordt ook expliciet de erkenning van de Code van de Raad voor de Journalistiek mee opgenomen als voorwaarde. De officiële Belgische perskaart moet teruggestuurd naar de erkenningscommissie (CEBJ) zodra de journalist geen ‘beroepsjournalist’ meer is. Oneigenlijk gebruik van de door de wet beschermde titel is overigens strafbaar.

De perskaart verzoekt de politiediensten en andere overheden de houder van de kaart doorgang te verlenen waar mogelijk. Maar expliciete overtredingen blijven een overtreding, en zijn soms een misdrijf. Dit betekent niet dat de politie willekeurig en arbitrair bepaalt wat kan en niet mag. De beroepsjournalist heeft plichten, maar uiteraard ook fundamentele journalistieke rechten, onder meer gebaseerd op de grondwettelijk vastgelegde persvrijheid, die censuur verbiedt. Bij conflicten hierover wordt de hoofdredacteur meteen ingelicht.



## Nog even... voor alle duidelijkheid

Journalisten krijgen geregeld te maken met belangenconflicten, of wat daar kan op lijken. Door hun bronnen, gesprekspartners of door belangenorganisaties, adverteerders, het publiek, soms zelfs het eigen mediahuis, maar mogelijk ook door de eigen omgeving, via de (professionele) activiteiten bijvoorbeeld van de partner en andere naasten.

News City beschouwt de journalistieke vrijheid als het hoogste goed, maar koppelt daar ook de journalistieke ethiek en verantwoordelijkheden aan. Het gaat er van uit dat ook de journalisten zelf en andere redactionele medewerkers die visie onderschrijven.

Tegelijk erkent News City uiteraard dat die medewerkers ook het recht hebben op overtuigingen, hobbies, activiteiten en inkomsten die niet gelieerd zijn aan de professionele activiteiten bij DPG Media. Dat ze recht hebben op een eigen leven dus. Vanzelfsprekend wil niets in deze code dat verhinderen. Maar DPG Media rekent er dan wel op dat ‘andere’ activiteiten en inkomsten geen bedreiging vormen voor de geloofwaardigheid en reputatie van News City.

In ons journalistiek werk worden we geregeld geconfronteerd met vragen als ‘mag ik dit wel...’ en ‘moet ik hier...’, want er zijn do’s and don’ts. Blijf die vragen opperen en pleeg waar en wanneer nodig overleg.

**Maar blijf toch ook vooral doen waar het echt om gaat. Blijf dus de verhalen vertellen die verteld moeten worden!**





**Sterke merken hebben  
ook sterke waarden**

Onderstaande redactionele waarden en normen, vastgelegd in een code, komen tegemoet aan onze voortdurende plicht en ook bekommernis om informatie af te leveren die voldoet aan ethisch verantwoorde waarden en normen. Want we zijn ons voortdurend bewust van de nood aan geloofwaardigheid en dus van onze eigen verantwoordelijkheid. Diezelfde normen en waarden gelden voor alle door ons bediende merken en platformen.

## **De basisafspraken.**

News City brengt nieuws waarbij ethisch verantwoorde normen en waarden worden gehanteerd. Tegelijk wordt ook meteen erkend dat elk onderwerp anders is, een andere invalshoek nodig heeft, uniek is... en dat er dus telkens opnieuw een gemotiveerde afweging moet gemaakt tussen bv. het recht op privacy en de persvrijheid.

Journalisten van News City respecteren de wet, de rechten en plichten van journalisten zoals beschreven in de Code van de Raad voor de Journalistiek, en zoals opgenomen in het redactiestatuut als de redactie dat heeft. We respecteren ook afspraken met derden zoals bijvoorbeeld de 'Gedragsnormen voor de relaties tussen Gerecht en Pers' (20 januari 2005).  
*[zie bijlage III.]*

Journalisten van News City volgen altijd de richtlijnen zoals beschreven in dit document. Dat is geen vrijblijvende keuze, maar een verplichting.

Journalisten van News City weten altijd heel goed waar ze mee bezig zijn: wat de nieuwsinsteek is van de artikels en reportages die ze maken, hoe ze die maken en brengen, en wie/wat hun bronnen en contacten daarbij zijn.

Uitzonderlijk kan om correct, volledig, onpartijdig en/of rechtvaardig te kunnen berichten over een maatschappelijk

relevant onderwerp toch nog een (potentieel) conflict ontstaan met de normen, waarden en afspraken. Als dat gebeurt, of als nog maar het risico daartoe bestaat, moet de journalist dit altijd meteen voorleggen aan de eindredacteur, de chef deontologie en/of de hoofdredacteur. Die zullen zelf als het nodig is ook de bedrijfsjurist betrekken.

Journalisten van News City worden geacht de wet te respecteren net als de journalistieke Code. Ze zullen hier nooit bewust tegen ingaan. Als ze denken dat ze de wet niet of onvoldoende begrijpen, moeten ze dit zelf melden aan de hoofdredactie. Tegelijk moeten journalisten van News City de deontologische richtlijnen en ethische code toepassen op al hun journalistiek werk, of het nu gaat om de verwerking van eigen bronmateriaal dan wel om materiaal van derden, en of het nu bedoeld is voor print, audiovisuele producten dan wel voor digitale platformen of mobiele applicaties. Dit geldt ook voor zelfstandige journalisten die werken aan een nieuwsproduct van News City.

## **De basiswaarden.**

***De Code van de Raad voor de Journalistiek vormt de basis voor onze journalistieke aanpak. Ze is niet vrijblijvend en dient als zelfreguleringsmiddel in ons vakgebied. Ook DPG Media onderschrijft de Code.***

**Los daarvan, maar wel in overeenstemming met de Code, hebben we een reeks eigen basiswaarden:**

Geloofwaardig

Elk artikel of nieuwsbericht en elke reportage staat of valt met betrouwbaarheid en geloofwaardigheid. En daarom zijn we onafhankelijk, onpartijdig en onbevooroordeeld. We vertellen alle verhalen die we willen en moeten vertellen, maar doen dat altijd correct en waarheidsgetrouw. We checken en

dubbelchecken, we zijn integer en onafhankelijk, en lopen niet zomaar mee aan het handje van belanghebbende partijen. We laten ons voor niemands kar spannen en checken ook altijd goed de bronnen zelf.

## Helder

Geloofwaardigheid is niet alleen een kwestie van correct de feiten weergeven. Het gaat ook om volledig zijn, en om heldere verslaggeving en duiding, in klare taal en correcte spelling. Standaardnederlands is daarbij de norm.

We verhullen niet – als relevant – wat we (nog) niet weten, en vermijden ongefundeerde speculatie. We verspreiden hoegeenaamd nooit loze geruchten. En we doen er alles aan om elke vorm van desinformatie tegen te gaan, en als nodig ook te ontkrachten.

## Transparant

We checken altijd de authenticiteit van onze verhalen en informatie. Als we het verhaal absoluut relevant vinden en het willen brengen zonder de authenticiteit te kunnen garanderen, zeggen we dat laatste ook expliciet. We zijn transparant over onze werkwijze.

## Onpartijdig

We mogen en móeten soms verontwaardigd zijn, of net zeer verheugd zijn, maar we blijven wel altijd onpartijdig en rechtvaardig in de uitwerking van het verhaal. We zijn er voor iedereen die hier leeft en sluiten vooraf geen relevante meningen uit. We hebben hierbij uiteraard ook altijd aandacht voor de diversiteit. Voxpops kunnen zeker, maar zijn niet representatief voor de hele bevolking en dus stellen we ze nooit voor als dé mening. We zijn ruimdenkend bij het optekenen van feiten en verklaringen, en geven die fair weer.

## Kritisch ingesteld

We brengen verhalen die relevant zijn voor ons publiek. We gaan altijd rigoureuus op zoek naar de waarheid en brengen het verhaal pas als we zelf voldoende geïnformeerd zijn over wie/wat/waar/wanneer/waarom/hoe. Als we zelf niet voldoende expertise hebben om het verhaal te begrijpen en te duiden, zoeken we die elders.

We stellen altijd voldoende kritische vragen, zeker aan overheden, mensen met een publiek mandaat, aan publieke instellingen en organisaties en hun vertegenwoordigers. We stellen vragen, ondervragen en vragen door.

## Respectvol voor privacy

Onze verhalen zijn niet alleen gebaseerd op rechtvaardigheid, maar ook op respect voor de betrokkenen en hun privacy. We gaan niet ‘zomaar’ in een privéleven graven. Elke invasie in het privéleven moet in redelijke verhouding staan met de maatschappelijke relevantie van het verhaal. Bij het expliciet in beeld brengen van mensen, maar ook woningen en ander onroerend goed in controversiële verhalen gaan we na of alle betrokkenen, eigenaars of bewoners hier geen terecht en gegronnd bezwaar kunnen opperen.

## Verantwoordelijk

We kunnen elk verhaal (kort of lang) altijd verantwoorden bij betrokkenen en publiek. We doen er alles aan om een goede band te onderhouden met ons publiek en met derden die betrokken worden bij onze nieuwsverhalen. We doen er alles aan om het vertrouwen van onze lezers, luisteraars en kijkers, en gebruikers van onze platformen niet te schenden. Als we fouten gemaakt hebben zullen we die transparant en ruimhartig erkennen, en als we iets moeten rechtzetten zullen we dat ook doen. Het verhaal verwijderen en niet meer herhalen



is doorgaans niet voldoende, we brengen en plaatsen ook effectief een rechtzetting als nodig.

## Respectvol voor de kwetsbaren

We proberen de wereld te tonen zoals die is. Maar we doen er tegelijk alles aan om te voorkomen dat bepaalde mensen en groepen extra kwetsbaar worden door onze berichtgeving. Dat geldt onder meer voor slachtoffers en hun naasten, maar we hebben hierbij ook extra aandacht voor de kwetsbaarheid van kinderen en jongeren. We houden rekening met ook hún fundamenteel recht op meningsuiting, maar wegen dit altijd goed af aan hun waardigheid, en aan hun fysiek en emotioneel welzijn.

We checken altijd of alle content van onze verhalen ook geschikt is voor kinderen, zo niet proberen we een andere oplossing te zoeken. Daar waar het kan, en zeker waar het noodzakelijk is, verwijzen we naar erkende organisaties en diensten waar het publiek terecht kan voor meer informatie of 'een luisterend oor'. We verwijzen door naar hulplijnen zoals de Zelfmoordlijn, de Druglijn en Tele-Onthaal waar en wanneer dat vereist of aangewezen is. Bij schokkend materiaal waar-  
schuwen we altijd expliciet vooraf.





ONE SportBLAD

DE B.C. VOOR JOU EN JOUWEN

De grote jongens  
gaan hun  
profiel in de  
media maken en  
in een paar  
momenten

Claudy C  
redder i

Indi wereldkampio  
neppe zilvermeda  
le en Canadees

Sportkrant



DIT IS HET  
LER  
STE!

2-3 EK NIEN WORDT MOULIKERUS  
LAATSTE NIEUWS  
GRATIS KRANT

DIE IS VOOR  
JOU, MAMA

Het Laatste Nieuws  
via Belgacom

# Deontologie van de journalist bij News City

# Vooraf

Journalisten bij News City worden verondersteld te voldoen aan de voorwaarden om de titel van **erkende ‘beroepsjournalist’** te voeren (zoals vastgelegd in de wet van 30 december 1963). Ze worden dus ook verondersteld de erkende beroepskaart van de FOD Binnenlandse Zaken te bezitten of aan te vragen bij de CEBJ. (Dit staat los van lidmaatschap van een journalistenvereniging zoals VVJ, wat uiteraard niet verplicht is). Journalisten volgen ook de daaraan verbonden beroepsdeontologie die gebaseerd is op volgende principes:

- de journalist moet zijn job **nauwkeurig en zorgvuldig** uitvoeren
- de publicaties en programma’s waarvoor hij bijdragen levert of verantwoordelijk is moeten **onpartijdig en waarheidsgetrouw** zijn
- de journalist moet zijn job **te goeder trouw** vervullen

Hieronder worden, zo volledig mogelijk, de regels en richtlijnen vastgelegd die de deontologische verplichtingen bepalen via artikels.

Hier en daar worden de verplichte regels ook nog nader toegelicht, al dan niet in een toegevoegd kader. En enkele regels en richtlijnen worden ook voort aangevuld met interne beroepsethische afspraken zoals bijvoorbeeld over hoe we omgaan met de gastvrijheid van bronnen, over het aanvaarden van geschenken, wat wel en niet kan bij persreizen, of nog, welke (professionele) ‘nevenactiviteiten’ al dan niet kunnen. Ook die afspraken zijn niet vrijblijvend en moeten dus verplicht opgevolgd.

Soms zijn relevante artikels en afspraken rond hetzelfde thema verspreid over verscheidene delen van de code. Dat

komt omdat bepaalde materie gelieerd is aan verscheidene basiswaarden, principes en/of hoofdstukken. Dat is bijvoorbeeld het geval met het thema 'slachtoffers' waarover relevante regels en richtlijnen te vinden zijn in de artikels 10, 17, 35 tot 44 en 52-53.

De bijlagen waarnaar in de code verwezen wordt, zijn niet mee opgenomen in de printversie van deze code. Je vindt ze wel terug op Buzz.

## De code

### Nauwkeurigheid en zorgvuldigheid

**01.** De journalist werkt nauwkeurig en zorgvuldig omdat het publiek daar recht op heeft, maar ook om de geloofwaardigheid, de belangen, de goede naam en faam van News City, en bij uitbreiding van DPG Media niet te schaden. De journalist heeft voldoende dossierkennis, is zorgvuldig in de nieuwsgaring en in het verwerken van het nieuws zodat onze platformen **correcte informatie** brengen. We zijn extra omzichtig met formulering en woordkeuze bij formats met beknopte teksten en weinig ruimte voor nuancering. Een kort format ontslaat ons niet van deontologisch vereiste volledigheid.

**02.** De journalist werkt in nauw overleg met de **eindredactie**. Die laatste controleert de bijdrage. In twijfelgevallen wordt ook best de hoofdredactie geraadpleegd.

**03.** Snelheid mag niet ten koste gaan van **nauwkeurigheid**. Wanneer de journalist door snelheid niet nauwkeurig is, gaat het vaak om een gedeelde verantwoordelijkheid. Het is de eindredactie die beslist hoe snel berichten de wereld worden ingestuurd. Maar het is wel de verantwoordelijkheid van de journalist om de eindredactie te waarschuwen voor mogelijke onnauwkeurigheid door te snelle berichtgeving.

## Snel nieuws op de website

### Evenwicht

We beseffen dat er soms (vooral online) een inherente spanning kan bestaan tussen het **belang van snelheid** en onze verplichting tot zorgvuldig, nauwkeurig en ethisch verantwoord werk. Geregeld wordt nieuws er zo snel mogelijk of zelfs onmiddellijk gepubliceerd, zonder dubbelcheck en overleg. En dat leidt al eens tot deontologische dilemma's. Het is belangrijk hier een evenwichtige afweging te maken tussen soms klaarblijkelijk tegenstrijdige waarden. Want ook snelheid is nu eenmaal een absoluut kerngegeven van het medium.

### Transparantie

Nieuwsmeldingen van de **eigen reporters** zijn in beginsel betrouwbaar, en spelen we na overleg zo snel mogelijk uit omdat we ze als geverifieerd beschouwen. Ook alertmeldingen van Belga, en urgent-berichten van internationale **nieuwsagentschappen** zijn in de regel al geverifieerd en hoeven niet eerst door onze eigen redactie 'kapot gecheckt'. Ze worden bij publicatie onze eigen verantwoordelijkheid, maar een (kort) tijdelijk gebrek aan dubbelcheck hoeft hier de publicatie niet te verhinderen want we willen ons publiek ook niet te kort doen. We zijn wel altijd transparant en fair, en we geven bij uitzonderlijk 'breaking' nieuws dat van één bron komt initieel en in afwachting van dubbelcheck wel ook expliciet de bron mee. Dat kan dus ook een agentschap zijn.

Bij 'groot nieuws' eerst gemeld door externe bronnen bieden **liveblogs** doorgaans een ideale oplossing om het oorspronkelijke bericht snel aan te vullen met ook eigen verificatie. Als een liveblog niet kan of niet wenselijk is, blijven we in elk geval altijd wel ook transparant over latere aanvullingen en eventuele correcties binnen het eigen artikel.

## We maken ons zelf niet irrelevant

Een **betrouwbare bron** die doorgaans dicht bij het feitelijke nieuws rond het onderwerp staat houdt uiteraard minder risico's in dan een 'verre' vagere bron. Daar houden we rekening mee. 'Better safe than sorry' mag niet leiden tot irrelevante journalistiek waarbij we 'te laat' komen.

**04.** Nauwkeurigheid veronderstelt een **helder en klaar taalgebruik**, en correcte spelling, zowel bij het feitelijke nieuws als bij de duiding om het nieuwsfeit correct te kunnen begrijpen. **Standaardnederlands** is daarbij de norm.

**05.** Journalistiek draait rond waarheidsvinding waarbij beweringen ook hard en feitelijk onderbouwd worden aan de hand van **bronnenmateriaal**.

Zeker als er twijfel is over de volledige correctheid van de inhoud, moet naast expliciet voorbehoud ook de bron zelf zo herkenbaar mogelijk worden beschreven. In geval van enige bron ('single source') zijn we daarom uiteraard extra omzichtig, want we hebben liever een bron te veel dan een te weinig. Bronnen kunnen onze eigen observaties zijn, meldingen op 4040, maar ook uitspraken van mensen, verklaringen van organisaties, beschikbare of zelf opgevraagde openbare bronnen, documenten, databestanden,... En een correct gebruik en de vermelding ervan horen bij zorgvuldige en betrouwbare journalistiek. Het maakt onze verhalen transparanter.

Ook op **internet** zijn vaak relevante bronnen beschikbaar en we zijn ons bewust van die rijkdom aan informatie. Maar ook van hun mogelijke onbetrouwbaarheid. We moeten dus zelf in staat zijn om een inschatting te maken van de kwaliteit van die bronnen en ze ook voort verifiëren.



Verklaringen en materiaal van **anonieme bronnen** kunnen maar hoogst uitzonderlijk gebruikt worden, en een algemeen beroep op ‘privacy’ is niet voldoende. Het kan ook alleen mits toestemming van de hoofdredactie, die de journalist kan vragen om de bron betrouwbaar te identificeren [*zie ook art. 8*]. Een anonieme bron is soms weliswaar niet te vermijden (bijvoorbeeld in gevoelige gerechtelijke dossiers of in politieke verslaggeving), maar het is wel cruciaal om te proberen de informatie nog voor publicatie te checken, of te ondersteunen met tweede of derde (liefst) ‘on the record’-bronnen.

Letterlijke **citaten van anonieme bronnen** brengen we trouwens liever niet omdat we die in principe toewijzen aan mensen met naam en toenaam. Een uitzondering hierop is bij belangrijk nieuws of onthullingen het gemotiveerde risico op persoonlijke of professionele schade. Ook als iemand over hoogst persoonlijke ervaringen vertelt en daarmee eventueel zichzelf beschadigt. Zodra het óók over anderen gaat en herleidbaar is, zoeken we ondersteunend bewijs of een tweede bron. Een anoniem citaat mag overigens nooit dienen voor laster of smaad, beledigingen of niet onderbouwde beschuldigingen. Dat laatste verplicht trouwens in elk geval altijd ook tot wederhoor.

Ook **persberichten** zijn uiteraard bronnen, maar we schrijven die in beginsel niet zomaar of ‘gemakzuchtig’ over. Nader commentaar van de betrokkenen is op zijn plaats, ook en vooral waar het gaat om ‘wetenschappelijk onderzoek’. We vragen daar waar nodig het onderliggende onderzoek op en/of checken bij ‘onafhankelijke’ experts. We zijn extra omzichtig met berichten afkomstig van onbekende pr-firma’s. [*zie ook art. 6*]

Als we interne ‘betrouwbare’ **documenten van overheden** in handen krijgen die relevant zijn om te publiceren plegen we eerst overleg met de eind- en/of hoofdredactie. We maken waar en wanneer relevant ook gebruik van de mogelijkheden via de federale en regionale wetten rond openbaarheid van

bestuur (WOB). Dat laatste melden we wel aan de chef en/of hoofdredactie.

Uiteraard wordt alle informatie die niet 'on the record' is, afgetoetst bij een tweede of derde bron. We gaan ervan uit dat mensen in beginsel de waarheid vertellen, maar houden toch ook rekening met een al dan niet bewuste vertekening van de feiten en zelfs met leugens. We zijn ons dus zoveel mogelijk bewust van het mogelijke **belang dat een bron zelf heeft** bij het verhaal en of er sprake kan zijn van spin, contraspin, propaganda of regelrechte desinformatie. Uiteraard laten we ons niet verleiden om daar in mee te gaan.

Populariteit van verhalen op **sociale media** kan een aanwijzing zijn van een potentieel belangrijk nieuwsverhaal, maar ook hier gaan we altijd op zoek naar eigen waarheidsvinding en checks. *[zie ook art. 13]*

### On the record / off the record

Het is handig om ook de bron zelf als nodig te wijzen op de verschillen tussen 'on the record'-gesprekken enerzijds en background- of 'off the record'-informatie.

Bij 'on the record'-gesprekken zijn we vrij om alle vergaarde informatie te gebruiken, en noemen we ook de bron. Dit heeft onze voorkeur omdat het de betrouwbaarheid en geloofwaardigheid van ons werk vergroot.

'Off the record'-info, die eigenlijk dient voor een ruimer en beter begrip van het nieuws, mag gebruikt worden in onze berichtgeving, maar de bron maken we niet bekend. Hetzelfde geldt voor background-info of zgn. 'Chatham House Rule'-gesprekken.

Soms is er verwarring en denkt een gesprekspartner dat bij 'off the record' ook de informatie zelf niet mag gebruikt worden in een publicatie of uitzending, maar dat de informatie louter bedoeld was voor een beter begrip bij de journalist. Laten we waar en wanneer nodig hierover vooraf expliciet duidelijk zijn, zeker bij de gesprekspartner zelf. Bij 'off the record'-gesprekken (ook 'background' of 'Chatham') mogen we de informatie wel degelijk gebruiken, maar zorgen we ervoor dat de bron zelf anoniem blijft en in de mate van het mogelijke ook niet onrechtstreeks evident makkelijk aanwijsbaar is.

*[zie ook arts. 54-58]*

## **Omgaan met bronnen**

Het is evident dat onze nieuwsbronnen essentieel zijn om aan de nodige volledige en precieze informatie te komen. Toch moeten vooral de reporters op het terrein enigszins omzichtig omspringen met die bronnen en netwerken waarbij het soms ook een kwestie is van 'geven en nemen'. Dat hoort ook geregeld bij de opbouw van een noodzakelijk professioneel netwerk. Maar het is niet de bedoeling dat nog maar de idee ontstaat dat er aan favoritisme wordt gedaan of dat dit leidt tot (nog maar de schijn van) beïnvloeding en belangenvermenging. We mogen die bronnen dus ook niet laten vermoeden dat ze via ons een 'betere' of andere behandeling in het nieuws krijgen. Dit is een kwestie van wikken en wegen, en van 'gezond verstand'.

Er is geen strikt vastgelegd protocol voor het omgaan van journalisten met hun bronnen, maar uitgangspunt is wel dat er altijd enige professionele afstand wordt bewaard waarbij de betrokkene als nodig duidelijk moet gemaakt dat we in de eerste plaats met journalistiek bezig zijn, en we aan waarheidsgetrouwe berichtgeving doen. Zonder enig vooroordeel, maar ook zonder favoritisme of het toekennen van privileges. Journalisten kunnen en mogen hun bronnen en netwerken

uiteraard informeel ontmoeten, ook bv. tijdens etentjes of op café, maar er is en blijft een verschil tussen een professioneel contact en een vriendschapsband.

## Privérelaties

Een (nog) niet openlijk bekende romantische band met een nieuwsbron kan problematisch zijn. En wordt daarom best ook gemeld aan de hoofdredacteur, die er zich toe verbindt daar discreet en vertrouwelijk mee om te gaan. Zo'n relatie hoeft niet meteen automatisch een probleem te zijn, al zal bepaalde verslaggeving gelieerd aan de partner soms niet meer mogelijk zijn. Afspraken hierover gebeuren in overleg met de hoofdredacteur.

## **Omgaan met de gastvrijheid van bronnen**

### Etentjes

In principe betaalt News City zelf de horecarekening als eigen journalisten om professionele redenen hun bronnen uitnodigen of als ze reizen voor verslaggeving. Maar soms ligt dat moeilijk. We accepteren in elk geval alleen consumpties (oa lunches, diners) als het onpraktisch, ongeleefd of onmogelijk is om zelf te betalen. Als een journalist bijvoorbeeld een interview doet met de ceo van een bedrijf tijdens een maaltijd in het bedrijfsrestaurant. De journalist moet zo'n uitnodiging niet weigeren. Dat hoeft ook niet als hij bij een persconferentie of ontmoeting net als de andere journalisten een hapje en een drankje krijgt aangeboden. Maar als het regelmatig om een uitnodiging gaat voor uitgebreidere lunch of diner met bv. de voorzitter van een politieke partij of voetbalclub wordt het lastiger. We gaan dat contact zeker niet laten vallen, maar wel aangeven dat bv. een uitgebreide lunch voor ons eigenlijk niet hoeft. En al helemaal niet op kosten van de politicus, partij of club. In twijfelgevallen wordt best overlegd met de hoofdredacteur.

## Reizen

Journalisten van News City aanvaardden geen gratis reizen en hotelaccommodatie tenzij in uitzonderlijke gevallen, en dan alleen in functie van een relevante reisreportage waarbij we geen andere privileges aanvaardden. Als bij georganiseerde persreizen de reis zelf het nieuwsverhaal is wordt dit eigenlijk een 'persconferentie' en dan is het verdedigbaar dat kosten en transport bij de organisator blijven. De keuze voor reisjournalistiek (recensies vakantiereizen en -bestemmingen) wordt gemaakt door de redactie zelf, niet door derden of andere diensten zodat er geen schijn van belangenvermenging ontstaat. Alleen de hoofdredactie kan beslissen om reiskosten extern te laten financieren of sponsoring te aanvaarden bij een journalistieke productie. Bij het artikel of uitzending wordt dat ook expliciet gemeld met bijvoorbeeld "Dit verhaal kwam (deels) tot stand via financiering (of medewerking van) door X." Bij officiële missies met bijvoorbeeld het staatshoofd en ministers, of van Defensie, is er soms geen andere mogelijkheid om te berichten zoals het hoort tenzij door mee te vliegen met een 'regeringstoestel' of met de commerciële vlucht vastgelegd door de overheid. Ook in dat geval is het verdedigbaar dat de organisator kosten en transport betaalt. Steeds vaker vraagt de overheid wel zelf vluchten en/of hotels te betalen, en in dat geval hoeven we ook niet automatisch in te gaan op haar voorstel van accommodatie. We checken dan zelf of er geen andere (niet per se minder comfortabele) vluchten en hotels beschikbaar zijn. Dit wordt altijd overlegd met de hoofdredacteur.

## Tickets

Het is evident dat voor de verslaggeving over sport-, cultuur- en andere evenementen (zoals bv. het autosalon), waarvoor toegangstickets worden verkocht, de aangeboden perskaarten of ‘gratis’ perstickets worden aanvaard. Maar dat geldt in beginsel alleen voor wie daarover zelf bericht. Andere leden van de redactie aanvaarden in principe geen gratis toegangstickets van derde partijen, tenzij aangeboden aan alle beroepsjournalisten (bv. spoorwegen en musea) of aan alle personeelsleden van DPG Media. Omgekeerd wordt bij zelf gekochte tickets ook geen misbruik gemaakt van de journalistieke functie of beroepskaart om privileges te krijgen op het event (voor kortingen zie lager). *[zie ook arts. 33 en 34]*

## Geschenken

Journalisten aanvaarden vanuit hun professionele rol in beginsel geen geschenken (financieel of in natura), of andere voordelen van particulieren, organisaties of bedrijven, zeker niet als ze over hen berichten of zouden kunnen berichten (zie uitzondering tickets hierboven). Uitzonderingen kunnen toegestaan worden voor boeken, en ook voor kleine attenties en voorwerpen zoals een parkingticket, een blocnote,... weliswaar tot een redelijke waarde, die niet de bedoeling suggereert van omkoping (een pen van 10 euro bijvoorbeeld, niet van 180 euro).

Andere, duurdere geschenken worden beleefd geweigerd. En uitgangspunt is dat de hoofdredactie hier ook altijd op de hoogte wordt gebracht. Een weigering kan als nodig schriftelijk via een mail of brief. Journalisten mogen in elk geval op geen enkele manier een vorm van compensatie aanvaarden die het risico inhoudt dat er wordt gespeculeerd over een inhoudelijke sturing van hun berichtgeving of aanpassing in het voordeel van ene of gene partij. Bij elke twijfel over de bedoeling van een geschenk wordt het niet aanvaard en maken we ook duidelijk waarom niet.

Tegelijk is het uiteraard wel aangewezen dat we ook de ‘schenker’ beleefd en transparant wijzen op wat kan en niet mag. We sturen niets zonder uitleg zomaar ‘retour’, en dus leggen we als nodig een en ander transparant uit aan de betrokkene(n). Dat kan bv. via een mail of brief, die er kan uitzien zoals in het model hieronder. Als een geschenk al werd afgeleverd, wordt dit gemeld aan de hoofdredactie die al even transparant bepaalt wat er dan mee gebeurt, of hoe en wanneer het eventueel wordt teruggestuurd, of ‘verloot’.

### **Voorbeeld mail/brief bij weigering geschenk**

Beste XXX,

uw recent geschenk/ticket was een aangename verrassing, en ik wil u daarvoor bedanken.

Maar het geschenk/ticket plaatst me professioneel in een moeilijke positie. Als journalist op de redactie van Y bij News City (DPG Media) is het volgens de interne code niet toegestaan om duurdere geschenken te aanvaarden van mensen, organisaties en bedrijven waarover ik bericht of zou kunnen berichten.

De redactie wil op die manier een mogelijke perceptie voorkomen dat over bepaalde mensen, organisaties of bedrijven niet volledig waarachtig en correct wordt bericht omwille van geschenken en dus mogelijke belangenvermenging.

En dus waardeer ik (net als onze redactie) zeer de geste, maar moet ik het geschenk/ticket weigeren. Hopelijk kan u hiervoor begrip opbrengen, waarvoor ik u ook alvast nogmaals dank.

Vriendelijke groeten,

## Kortingen en andere voordelen

Het staat journalisten en redactiemedewerkers bij News City uiteraard vrij om elk voordeel te aanvaarden dat wordt aangeboden aan ‘het publiek’, zoals kortingen die worden aangeboden op abonnementen. Uiteraard mogen ze ook gebruik maken van kortingen en voordelen die ontstaan via de beroepskaart of het lidmaatschap van de journalistenvereniging, ook als ze over de betrokken partijen berichten of zouden kunnen berichten. Dat geldt ook voor voordelen en kortingen bij derden als die ontstaan via DPG Media, al geldt daar soms meer voorzichtigheid. Wie concreet bericht over een bedrijf dat een substantieel bedrijfsvoordeel aanbiedt aan DPG Media-journalisten, bespreekt een eventueel opgenomen of nog op te nemen voordeel ook concreet met de hoofdredactie. In elk geval doen we er alles aan om elke insinuatie van favoritisme in de berichtgeving te voorkomen.

**06.** De journalist gebruikt in publicatie of uitzending nooit (bv. audiovisueel) **bronnenmateriaal** over natuurlijke of rechtspersonen als hij niet zeker is dat het wel degelijk om authentiek en verifieerbaar materiaal gaat met betrekking tot het verhaal. In twijfelgevallen kan dit pas na toestemming van de eindredactie en mits duiding. *[zie ook art. 5]*

**07.** De journalist gaat zeer omzichtig te werk bij het tonen op onze platformen van kranten- en magazinepagina's, of andere publicaties. Zo kan er bv. nooit volledig ingezoomd op alleen maar foto's of beelden zonder verwijzing naar de rechthehouder en een volledige **bronvermelding**.



## Bronvermelding

Bijgebruik van materiaal van derden dat we alleen op Facebook, YouTube, Twitter (of andere platformen) terugvinden, is niet Facebook, YouTube, Twitter (of ander platform) de eigenlijke bron. We gaan daar dus altijd op zoek naar de originele bron en in elk geval naar de volledige rechthehouder van dat materiaal. We schrijven dus niet ‘Bron (of ‘beelden’): YouTube’ omdat het platform hier louter een doorgeefluik is. We schrijven bijvoorbeeld wel ‘Twitter: @X’. Als nodig leggen we uit dat die beelden “alleen gepost werden, te zien zijn,... op X”.

We vragen waar en wanneer nodig, en waar mogelijk ook vooraf de expliciete toestemming van de eigenlijke rechthehouder van het (ruimere) materiaal dat we willen gebruiken. De journalist checkt overigens altijd de oorsprong en de waarachtigheid van de informatie of de beelden die hij gebruikt.

## Fairplay naar andere media

News City wil de beste en de ‘eerste’ zijn. We willen de concurrentie dus ‘pakken’ in snelheid, helderheid en volledigheid. Maar we doen dat op een faire en eerlijke manier. We gaan de collega’s elders op geen enkele manier hinderen in hun journalistiek werk, en als ze ons voor zijn en wij ons in de berichtgeving moeten baseren op hun werk, geven we hen ook de ‘credits’ en expliciete bronvermelding waar nodig. Plagiaat is uiteraard uit den boze en is een ernstig journalistiek vergrijp dat kan leiden tot ontslag of de beëindiging van de samenwerking.

Omgekeerd is het niet de bedoeling dat News City-journalisten in vast dienstverband ook nog werken voor andere media dan die bij DPG Media. Ze laten zich ook op geen enkele manier vergoeden door andere media voor informatie

waarover ze exclusief beschikken. Een uitzondering kan wel voor medewerking aan media die op geen enkele manier concurrentie vormen voor DPG Media, zoals de nieuwsbrief van een lokale hobbyclub. In elk geval wordt zo'n medewerking best gemeld aan de hoofdredacteur, en in 'twijfelgevallen' (een culinair journalist bijvoorbeeld die ook wil schrijven voor het magazine van de Vlaamse Wijngilde) moet het zelfs gemeld.

Moderatie van bijvoorbeeld debatten kan uitsluitend na toestemming van de hoofdredacteur en is in elk geval uitgesloten als dit gebeurt op eenzijdige vraag van een politicus, politieke partij, vakbond of andere ideologische en religieuze verenigingen en organisaties. *[Zie ook arts. 79 en 80 en de richtlijnen rond 'nevenactiviteiten']*

**08.** Bronnen worden geheim gehouden als dat zo is afgesproken. Overeenkomstig de wet tot **bescherming van de journalistieke bronnen** (7 april 2005), garandeert ook de hoofdredactie de geheimhouding van de identiteit van de bron. Bij de minste twijfel over de volledige betrouwbaarheid van de bron brengt de journalist wel altijd de hoofdredactie op de hoogte van de identiteit van de bron. Die gaat daar zelf in elk geval uiterst discreet mee om.

In deze context willen we er nog op wijzen dat de journalist vooral bij onderzoeksjournalistiek ook altijd de degelijkheid van zijn journalistiek proces moet kunnen aantonen waardoor het aangewezen is gedetailleerde **notities** bij te houden. Uiteraard worden die zowel in geval van digitale als van fysieke documenten (ook op de redactie) telkens discreet behandeld en veilig opgeborgen, ter bescherming van het bronnengeheim.

**09.** Als de **anonimiteit** van getuigen (geen identificatie, en volledig onherkenbaar maken van beeld én stem van de betrokkene) door de journalist wordt beloofd, wordt dit ook vooraf gemeld aan de eindredacteur, en bij televisie ook aan de regisseur. De anonimiteit moet in beeld én audio op een

doeltreffende manier worden uitgevoerd, en wordt via een dubbelcheck vóór publicatie en/of uitzending gecontroleerd door de eindredacteur.

**10. Persoonlijke websites en blogs, internetfora en sociale netwerksites** kunnen als bron gebruikt worden, maar de informatie en het audiovisueel materiaal erop, zelfs op publiek toegankelijke pagina's, kunnen **niet zomaar automatisch worden overgenomen**.

Er moet een aantal afwegingen worden gemaakt:

- a. De journalist moet rekening houden met de aard en doelstelling van de website of het digitale platform. Een platform dat zich richt tot een specifieke groep wordt anders behandeld dan een website of informatie die duidelijk bedoeld is voor het algemene publiek.
  - als de betrokkene zelf de toegang heeft beperkt is gebruik in principe niet geoorloofd. De journalist moet dan aantonen dat er sprake is van een gewichtig maatschappelijk belang om het gebruik toch te rechtvaardigen zonder toestemming van de betrokkene.
  - er is bijzondere terughoudendheid vereist als de informatie of het audiovisueel materiaal dat wordt gebruikt in een andere context of met een andere bedoeling openbaar of beschikbaar werd gesteld. Verspreiding in de ene context betekent niet dat informatie of audiovisueel materiaal zomaar in een andere context mag gebruikt worden.
- b. De aantasting van het privéleven mag niet verder gaan dan noodzakelijk in het **maatschappelijk belang** van de berichtgeving. Dat maatschappelijk belang moet ook van die aard zijn dat het recht op informatie het recht op privacy overstijgt.

- c. Het gebruik zonder toestemming van **herkenbaar audiovisueel materiaal** kan enkel verantwoord worden door het maatschappelijk belang van de berichtgeving en dat belang moet door de journalist gemotiveerd en aangetoond kunnen worden.
- d. Bekende en publieke personen hebben ook **recht op respect voor hun privéleven** maar moeten meer dan anderen aanvaarden dat bepaalde privégegevens, die door hen op platformen zijn geplaatst en die voor het publiek toegankelijk zijn, ook openbaar worden gemaakt in nieuwsberichtgeving. Ook hier mag de aantasting van het privéleven evenwel niet verder gaan dan noodzakelijk in het maatschappelijk belang van de berichtgeving.
- e. Bijzondere terughoudendheid is vereist bij het bekendmaken van informatie of audiovisueel materiaal die de identificatie mogelijk maken van mensen in een maatschappelijk kwetsbare positie zoals **minderjarigen, slachtoffers van criminaliteit, terrorisme, rampen en ongevallen, en hun directe omgeving**. Over overleden en zwaargewonde slachtoffers die geen publieke figuren zijn, worden geen persoonlijke details vrijgegeven zo lang niet zeker is dat de directe omgeving al is ingelicht.

We springen dus in beginsel meteen na de feiten omzichtig om met concrete informatie en details over slachtoffers. We proberen altijd na te gaan of de directe omgeving al zelf op de hoogte is gebracht van de feiten vóór onze publicatie. Maar ook als dat zo is, blijven we in elk geval maximaal respectvol voor de slachtoffers, en blurren we bijvoorbeeld waar en wanneer nodig, en waarschuwen we ons publiek waar relevant voor schokkende beelden. Dat is in beginsel altijd zo bij kinderen en minderjarigen, zeker als het gaat om de identificatie van slachtoffers in eigen land of van landgenoten in het buitenland.

Toch verwacht het publiek ook hier dat we snel, helder en zo volledig mogelijk alle relevante informatie geven die we kunnen

en mogen geven. Maar dat moet dus altijd weloverwogen en evenwichtig gebeuren, liefst na overleg met de eindredactie/ hoofdredactie, als nodig ook met de hoofdredactie. Respect voor de menselijke waardigheid van slachtoffers, en voor (de wens van) hun omgeving, primeert op onze professionele drang om alles wat we zien en weten zo snel mogelijk vrij te geven. Maar in beginsel verhullen we niets en tonen we ons publiek de wereld zoals die is, zodra het mag en kan. Het is een kwestie die elementen op redelijke manier in balans te brengen...

- f. Bij slachtoffers die geen publieke figuren zijn **gaat de journalist na** of informatie en audiovisueel materiaal op persoonlijke of andere websites, of op digitale platformen zoals sociale netwerken, kan en mag overgenomen worden. Heeft de betrokkene het audiovisueel materiaal zelf online gezet of is dat door iemand anders gebeurd, bijvoorbeeld door een jeugdbeweging of vereniging? In dat geval zijn we extra omzichtig. Als blijkt dat de slachtoffers zelf of hun naaste omgeving zich verzetten tegen de openbaarmaking wordt minstens rekening gehouden met dat verzoek of die eis, en is overleg noodzakelijk. De redactie moet een heldere motivatie hebben om de eis alsnog te verwerpen. Uiteraard mag die motivatie ook nooit ingaan tegen de wet.
- g. De journalist checkt de **waarachtigheid van de informatie en het audiovisueel materiaal**. Hij gaat na of de informatie door de betrokkenen zelf op het platform werd geplaatst, dan wel door anderen zonder medeweten en/of toestemming van die betrokkenen. In dat laatste geval kan de informatie alleen gebracht worden bij gewichtig maatschappelijk belang en met heldere duiding.
- h. Bij het gebruik van informatie en vooral van audiovisueel materiaal draagt de journalist er zorg voor dat deze aangepast is aan de omstandigheden van de berichtgeving, met de nodige context en duiding ook. **De journalist vermijdt in elk geval overdrijving** bij het vrijgeven van audiovisueel materiaal en/of details, ook en vooral wanneer de feiten de publieke

opinie sterk beroeren. Waar nodig wordt vooraf expliciet gewaarschuwd voor schokkend materiaal. *[zie ook art. 16]*

- i. In elk geval is er vóór we audiovisueel materiaal van sociale media gebruiken altijd vooraf **overleg** nodig, minstens met de eindredactie, die in geval van slachtoffers zelf ook overlegt met de chef deontologie. *[zie ook arts. 35-44 en 52-53]*

**11.** Nauwkeurigheid betekent ook dat aangetoonde fouten altijd worden **rechtgezet**. Dat gebeurt in overleg met de chef deontologie. Bij gevraagde rechtzettingen waaraan ook een claim verbonden is, wordt ook overlegd tussen de hoofdredactie en de juridische dienst.

**12.** Soms blijkt na publicatie of uitzending dat een bijkomende **'verduidelijking'** over de al gepubliceerde of uitgezonden berichtgeving op zijn plaats is. Ook dat gebeurt op de relevante plaatsen en momenten.

**13.** Mededelingen en **communiqués** worden altijd correct weergegeven en in de juiste context geplaatst. Als geciteerde berichten alleen via sociale media zijn verspreid, zeggen we dat ook expliciet. Steeds vaker communiceren bv. ook ceo's en politici zelf eerst via een kort bericht op bv. **Twitter**. Geregeld volgt pas later daar en/of elders nog een ruimer (pers)bericht met toelichting. Daar waar nodig houden we daar altijd rekening mee in de opvolging van de berichtgeving. *[zie ook art. 5]*

**14.** Soms krijgt de journalist of de redactie **informatie 'onder embargo'** of dus in ruil voor 'een afspraak' over het moment van publicatie en/of uitzending. Als een dergelijke afspraak wordt gemaakt met de journalist zelf, leeft hij die afspraak in principe ook na, maar brengt hij wel de hoofdredactie op de hoogte.

Geregeld wordt een embargo eenzijdig opgelegd aan alle of verscheidene media. Bij twijfel over het nut ervan wordt best wel ook expliciet gevraagd naar de **motivatie of reden**. Een aan

een ander mediahuis beloofde primeur hoeft niet voldoende te zijn als gerechtvaardigde motivatie. Maar er moet hier wel geregeld gewikt en gewogen, en dus overlegd worden. Een journalist alleen kan een gevraagd embargo niet negeren, dat gebeurt eventueel alleen na expliciet overleg met de hoofdredacteur, die zijn beslissing ook moet kunnen motiveren.

### **Embargo's moeten in elk geval wel altijd:**

- inhoudelijk zeer precies omschreven zijn
- en overtuigend en uitdrukkelijk gemotiveerd zijn
- en gelden voor alle media
- en beperkt zijn in de tijd.

Een embargo is strikt genomen niet meer van kracht zodra de informatie via een ander medium bekend is gemaakt, tenzij er gegronde redenen zijn om het alsnog zelf te respecteren.

**15.** Informatie kan ook het voorwerp uitmaken van **een vraag tot uitstel** van publicatie en/of uitzending. In dat geval heeft de redactie de informatie zelf gegaard, maar vraagt een bepaalde partij zoals bv. het parket, de politie, de regering, het Paleis, een bedrijf,... om ze tijdelijk niet bekend te maken. Uitzonderlijk kunnen er redenen zijn om hierop in te gaan :

- als het leven of de gezondheid van mensen op het spel staan
- en/of om de opheldering van zware misdrijven niet in het gedrang te brengen
- en/of om enig ander ernstig (potentieel of al aantoonbaar) nadeel te voorkomen
- en/of wanneer het feitelijke nieuws nog moet ontstaan, of als het uitstel noodzakelijk is voor een goede verwerking van dat nieuws (bv. het innemen van een standpunt of het formuleren van een reactie door een relevante betrokken partij).

Ook een vraag tot uitstel moet wel inhoudelijk precies omschreven zijn, overtuigend en uitdrukkelijk gemotiveerd zijn, gelden voor álle media en beperkt zijn in de tijd. Alleen de hoofdredactie beslist na overleg of effectief wordt ingegaan op een vraag tot uitstel. Ook de precieze duur van het uitstel wordt concreet vastgelegd na overleg.

**16. Schokkend (audiovisueel of ander) materiaal** wordt niet weggelaten, maar beperkt, en alleen gepubliceerd of uitgezonden als het ook functioneel is voor een volledig en correct begrip van de informatie. Vooraf wordt expliciet gewaarschuwd, en er moet **nodige context en duiding** toegevoegd worden. *[zie ook art. 10 h]*

**17.** Bij ongelukken, rampen, criminele feiten en aanslagen worden de **identiteit van de slachtoffers** en cijfers over het aantal slachtoffers met de nodige omzichtigheid gegeven, én alleen nadat deze afgetoetst zijn bij de betrokken overheden en/of betrokken partijen. *[zie ook arts. 10, 35-44, 52-53]*

**18.** Met **archiefmateriaal** wordt uiterst voorzichtig omgesprongen. Bij onzorgvuldig gebruik kan het een verkeerde indruk geven en daardoor unfair of zelfs lasterlijk en eerrovend worden. Het moet in principe ook altijd als archiefmateriaal herkenbaar blijven en dat moet als zodanig expliciet vermeld worden of geduid zijn. Het gebruik ervan mag in geen geval aanleiding geven tot verwarring of misleiding van het publiek.

**19.** Als audiovisueel **materiaal zodanig bewerkt** is dat het door de montage niet meer weergeeft wat in werkelijkheid werd vastgelegd, moet dat bij publicatie of uitzending expliciet duidelijk gemaakt worden in begeleidende tekst of commentaar. Dat geldt ook voor reconstructies.

**20.** Identificeerbare of herkenbare mensen, bedrijven en organisaties worden niet ‘zomaar’ als illustratie gebruikt bij algemene berichtgeving. Ook hier wordt **voorkomen dat het**



**gebruikte (audiovisueel) materiaal unfair of eerrovend wordt** en wordt dus niet ingezoomd. We gebruiken (archief)beelden met herkenbare mensen en merknamen niet als illustratie in een nieuwe andere nieuwscontext. In controversiële verhalen zorgen we ervoor dat niet rechtstreeks betrokkenen bij publicatie en/of uitzending van beelden en audiovisuele opnames geen bezwaar kunnen opperen.

**21.** In principe hoort **fictie** niet thuis in onze nieuwsverhalen. Als het om een relevante te verantwoorden reden toch gebeurt, moet dat op een expliciete en duidelijke manier aangegeven worden zodat er bij het publiek geen verwarring kan ontstaan.

**22.** Als journalisten of redactionele medewerkers in het **buitenland** mogelijk nationale of lokale wetten of reglementen zullen overtreden omdat ze in hun vrije nieuwsgaring en dus persvrijheid belemmerd worden, moeten de chef deontologie en hoofdredactie hiervan als mogelijk vooraf en in elk geval zo snel mogelijk op de hoogte gebracht worden.

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

## Financiële berichtgeving

Voor financiële berichtgeving verwijzen we door naar de concrete in 2021 geactualiseerde richtlijn hierover in de Code van de Raad voor de Journalistiek [\[zie bijlage IV\]](#). Maar journalisten gespecialiseerd in financieel nieuws treden in elk geval niet op als financieel adviseur van derden, tenzij het advies bedoeld is voor het ruime publiek. De journalist gebruikt financiële informatie waarvan hij kennis heeft én die nog niet publiek openbaar is gemaakt dus niet in zijn eigen belang of dat van zijn omgeving. Ook een journalist mag uiteraard zijn

gezin of naasten adviseren over financieel beheer, maar hij mag geen misbruik maken van journalistiek verkregen voor-kennis om private voordelen te halen zolang er daarover geen publieke berichtgeving is.

De journalist onthoudt zich dus van elke vorm van misbruik van voorkennis, of van marktmanipulatie. Journalistieke vrijheid is gegarandeerd, maar de vrije berichtgeving in deze context gebeurt met wederzijds respect voor de belangen van pers en publieke opinie enerzijds en de financiële markten anderzijds. We waken erover dat de informatie en de kennis, die we hebben voor onze maatschappelijke opdracht, dus niet wordt misbruikt voor het krijgen van enig persoonlijk voordeel, maar ook niet voor het ontwrichten van de financiële markten.

## Onpartijdigheid

**24.** Journalisten van News City zijn maatschappelijk betrokken, en volledige neutraliteit is doorgaans zelfs niet op zijn plaats. Maar onze journalisten kiezen in de feitelijke berichtgeving van onze publicaties en uitzendingen geen partij en vermijden ook in woord- en beeldkeuze elke schijn van partijdigheid. Tegelijk wordt een journalistiek verantwoorde en weloverwogen kritische aanpak uiteraard niet beschouwd als partijdigheid. *[zie ook art.31]*

**25.** Onze publicaties en uitzendingen hebben extra aandacht voor onpartijdigheid bij verkiezingscampagnes, en onze journalisten laten zich op geen enkele manier onder druk zetten door politieke partijen of hun vertegenwoordigers.

**26. In interviews mag er geen partijdigheid blijken** uit de vraagstelling. De journalist moet wel kritisch zijn en de geïnterviewde confronteren met eigen vragen en de standpunten van anderen. Ook controversiële onderwerpen worden niet uit de weg gegaan. De journalist gedraagt zich niet agressief of vijandig, maar is **wel alert en kritisch**. Ook een te familiale omgang

met geïnterviewden wordt vermeden. Als gesprekspartners bewust een vraag ontwijken, wordt dat bv. aangetoond door de vraag te herhalen, of door expliciet aan te geven dat de vraag niet beantwoord is.

**27.** De **verschillende relevante standpunten** komen aan bod. Niet alle partijen en meningen moeten altijd al in één artikel of in één uitzending behandeld worden, maar zeker in contro-versiële verhalen met beschuldigingen horen **‘hoor en weder-hoor’** wel samen. Als dat om aantoonbare en gemotiveerde redenen niet kan, moet alsnog zo snel mogelijk om een reactie of wederhoor gevraagd (zie ook art. 28 hieronder). Louter tijdsdruk door een (te) korte deadline voor publicatie en/of uitzending is doorgaans niet voldoende. De journalist waakt er in elk geval over dat zowel feiten als meningen en inzichten altijd correct en fair worden weergegeven. Tegelijk brengt de journalist waar nodig ook altijd zelf voldoende nuance, de realiteit is zelden alleen zwart of wit.

Er bestaat geregeld verwarring over het **verschil tussen wederhoor en wederwoord** hoewel dat verschil essentieel is. Wederhoor is een beroep op ethische plicht binnen de journalistiek die gelieerd is aan ‘fair play’. Waar nodig hoort het tot het werkproces van de journalist nog vóór publicatie. Wederwoord heeft dan weer te maken met ‘waarheidsgetrouw berichten’ en komt er pas ná publicatie of uitzending op verzoek van een betrokken partij. Een en ander staat ook los van het **recht van antwoord** dat strikt geregeld is.

## Wederhoor

Art. 20 van de Code RvdJ:

*“De journalist biedt een loyale kans op wederhoor wanneer zijn berichtgeving ernstige beschuldigingen uitbrengt die de eer en de goede naam betreffen.”*

Hoor en wederhoor is dus een beroepsethische plicht voor eerlijke journalistiek. Het betekent dat een journalist, die negatieve beweringen of beschuldigingen (voor het eerst) ‘uitbrengt’ over personen, groepen, bedrijven of organisaties de kans geeft aan de ‘beschuldigde’ of centraal betrokken partij om binnen ‘een redelijke termijn’ op de aantijgingen te reageren nog vóór publicatie of uitzending, of om minstens een eigen standpunt toe te lichten. Die ‘redelijke termijn’ ligt niet vast, en moet intern goed overlegd, maar minstens een etmaal voor publicatie of uitzending lijkt redelijk, bij zware beschuldigingen kan een langere periode nodig zijn, soms zelfs juridische noodzaak worden om te voorkomen dat de ‘beschuldigde’ partij via een eenzijdig verzoekschrift tot niet publicatie of uitzending bij de rechter gelijk haalt. De plicht tot wederhoor geldt overigens ook voor aantijgingen door derden in de publicatie of uitzending (tenzij er een gerechtelijk vonnis is). Als de aantijgingen in een live context worden geuit, wordt zo snel mogelijk om een reactie of wederhoor gevraagd voor een latere publicatie of uitzending, die snel volgt. Het initiatief voor wederhoor ligt dus bij de journalist. Als de ‘beschuldigde’ geen wederwoord wil geven, melden we expliciet dat we daar wel (herhaaldelijk) om gevraagd hebben.

Wederhoor ontslaat een journalist overigens niet van zijn plicht om zo waarheidsgetrouw mogelijk te berichten en zijn bronnen kritisch te benaderen.

We wijzen hier ook nog op art. 25 van de Code RvdJ dat zegt dat een journalist geen ongegronde verdachtmakingen of beschuldigingen uit.

## Wederwoord

Art. 7 van de Code RvdJ:

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

Bij wederwoord komt het initiatief dus niet van de journalist, maar wel van een betrokken partij die een reactie of wederwoord vraagt om relevante feitelijke informatie in een artikel of reportage recht te zetten of aan te vullen. Wederwoord komt dus ná publicatie of uitzending en is een recht van betrokken partijen die vóór publicaties en uitzendingen niet gehoord werden, of die niet loyaal vooraf konden reageren op relevante informatie in het artikel of de uitzending.

## Recht van antwoord

Om een ‘recht van antwoord’ op tv en radio kan alleen verzocht worden door iemand die een direct en rechtmatig belang heeft bij dat antwoord omdat zijn aanzien of reputatie in het geding is door foutieve informatie. En die geen wederhoor, wederwoord of rechtzetting kreeg/krijgt, of - als die er wel was - die niet voldoende vond. Het wordt alleen toegekend als de verzoeker dat rechtstreeks en persoonlijk belang ook echt aantoont. Bovendien moet het verzoek tot recht van antwoord ook voldoen aan strikte regels om in aanmerking te komen voor een effectieve opname. Zo moet het verzoek o.a. verstuurd worden binnen de maand na de uitzending.

Voor de geschreven media gelden andere regels: daar volstaat het dat iemand werd genoemd, bij naam of impliciet. De vereiste van reputatieschending geldt hier niet. Het recht blijft ook gelden, zelfs wanneer de journalist correct de regels van wederhoor, wederwoord of rechtzetting naleefde. Dat klinkt

onlogisch, maar helaas. Er gelden wel vormvoorwaarden, zoals onder meer dat het antwoord maximaal dubbel zo lang mag zijn als de oorspronkelijke tekst, dat de tekst niet beledigend mag zijn en dat er geen derden in mogen genoemd worden zonder noodzaak. En natuurlijk moet er een direct verband zijn met het artikel waarop het antwoordt. Het moet binnen de twee dagen integraal worden gepubliceerd, op dezelfde plaats als het originele artikel. De redactie kan altijd een naschrift plaatsen bij het antwoord, waarin ze verduidelijkt dat het niet is omdat het recht van antwoord wordt gepubliceerd de journalist ook effectief een fout zou begaan hebben, of dat we akkoord gaan met dat antwoord.

**28.** Als mensen, bedrijven, instellingen of organisaties in rechtstreekse uitzendingen of elders op onze platformen zwaar beschuldigd of **aangevallen** worden, moeten ze zelf de kans krijgen om zo snel mogelijk te reageren. Dat is uiteraard zeker het geval als het gaat om aanvallen die geformuleerd werden nog vóór publicatie of uitzending. [*zie ook art. 27*]

**29.** Voxpops bij een eigen steekproef zijn nooit representatief voor de hele bevolking en mogen daarom ook nooit zo voorgesteld worden. We kunnen na enkele willekeurige quotes dus niet stellen dat “de Vlaming...” het zus of zo ziet. Het is **bij voxpops ook belangrijk verschillende meningen te brengen**. Uit intussen weliswaar verouderd wetenschappelijk onderzoek (UAntwerpen 2003–2014) bleek nog dat ze vaak te eenzijdig en niet altijd volledig waren.

**30.** Zeer **omstreden en/of extremistische standpunten** brengen we alleen met de nodige duiding en als we dus ook de ruimere context meegeven waarin de uitspraken worden gedaan, al dan niet expliciet in beeld en geluid. Als denkbeelden en uitspraken extreem zijn en als schokkend kunnen ervaren worden, leggen we ook uit dat we ze toch brengen om zo meer inzicht te geven, in een bepaalde stroming of een fenomeen bijvoorbeeld. We overdrijven nooit in lengte en

duur van de gebruikte fragmenten, die altijd relevant moeten zijn, en in elk geval niet langer dan nodig om het verhaal te ondersteunen.

**31.** Publicaties, programma's of platformen van News City bieden zeker ook plaats aan een **kritische journalistieke analyse**. En daarbij worden ook controversiële onderwerpen niet uit de weg gegaan.

Uit de journalistieke bijdrage mag **geen vijandigheid** blijken maar wel een alerte, kritische ingesteldheid. De bedoeling is niet de eigen mening te ventileren maar beredeneerde analyse en kritische duiding of journalistiek verantwoorde commentaar te geven bij de 'gewone' feitelijke verslaggeving. De journalist vermijdt in elk geval wel de indruk van een te persoonlijke band of voorkeur voor of een te persoonlijke afkeer van (zolang die niets illegaal te verwijten valt) een bepaalde persoon, groep, bedrijf, partij, ideologie, een belang, belangengroep of organisatie, en brengt nooit de onpartijdigheid van de redactie in gevaar.

Volgens art. 5 van de Code RvdJ heeft de journalist "als auteur van een commentaarstuk, opiniebijdrage, column of cartoon een grotere mate van vrijheid om zijn mening te geven en om conclusies te trekken uit de feiten dan in zijn feitelijke berichtgeving". Maar dat kan alleen als een duidelijk 'zichtbaar' en expliciet onderscheid wordt gemaakt of wordt aangegeven tussen feitelijke nieuwsverhalen enerzijds en columns of opinies (van eigen journalisten of derden) anderzijds. We moeten er ons van bewust zijn dat bij analyse en duiding de grens soms wat vaag kan zijn... Een politiek journalist bv. die tijdens een live gesprek van het anker de vraag krijgt wat hij/zij er zelf van vindt, mag die vraag uiteraard beantwoorden en dus een eigen standpunt geven, zolang dat standpunt getoetst is op feitelijkeheid en onderbouwd is.

**32.** Vooral in onze audiovisuele media mag er geen verwarring bestaan tussen de aan de strenge onpartijdigheid gebonden informatieve **programma's**, programma-items en berichten die “door de directie onder de deontologische verantwoordelijkheid van de hoofdredactie zijn geplaatst” enerzijds, en andere programma's, programma-items of berichten van de zender anderzijds. Hoewel journalisten mits toestemming van de hoofdredacteur het recht hebben om deel te nemen aan niet-journalistieke programmaformats laten ze zich niet verleiden om af te wijken van de deontologische regels en journalistieke ethiek.

**33.** Journalistieke activiteiten worden **in principe betaald met middelen van de redactie** onder verantwoordelijkheid van de hoofdredactie. Wanneer derden uitzonderlijk bepaalde onkosten dragen of bepaalde diensten leveren voor journalistieke opdrachten of activiteiten, waarborgen de journalist en de hoofdredactie de journalistieke onafhankelijkheid. Wanneer in zulke gevallen een risico bestaat voor de geloofwaardigheid bij het publiek, is de journalist transparant over de externe financiering of ondersteuning.

Als een geïnterviewde of een andere externe partner **faciliteiten** aanbiedt aan de redactie, wordt dit met de grootste omzichtigheid benaderd omdat de uitnodiging of het aanbod er op gericht kunnen zijn gunstige publiciteit te krijgen. Als het risico bestaat dat de redactie of DPG Media wordt beschouwd als deel van de operatie of de gebeurtenis, kan het aangewezen zijn om de redactionele onafhankelijkheid vast te leggen in een overeenkomst, waarvan de bij het item betrokken journalisten op de hoogte worden gebracht.

Afhankelijk van het belang van de facilitaire hulp kan het aangewezen zijn hierover transparant te zijn naar het publiek toe. De hoofdredactie is verantwoordelijk voor het correct gebruik van deze aanbiedingen. Het gaat hier niet over deelname aan persontmoetingen of persevenementen.



Als beeldmateriaal wordt aangeboden door een bedrijf, een organisatie, een partij,... of bv. door een voetbalclub, de brandweer, of nog, Defensie, verhullen we dat niet, en geven we bij publicatie of uitzending via bronvermelding aan dat we de beelden ontvangen hebben van de betrokkene.

**34. Product placement en sponsoring** zijn vormen van commerciële communicatie waarbij een commerciële speler geld of middelen ter beschikking stelt in ruil voor een vorm van (rechtstreekse of onrechtstreekse) promotie voor zijn goederen, diensten of imago.

In elk geval zijn die op onze audiovisuele platformen **decretaal verboden** in bijdragen en uitzendingen die onder verantwoordelijkheid vallen van de nieuwsdienst. Die kan in uitzonderlijke gevallen eventueel wel externe financiering of faciliteiten aanvaarden, maar alleen als ook de externe partner de **redactionele onafhankelijkheid** waarborgt. De bij het programma betrokken journalisten zijn ook op de hoogte van de afspraken of overeenkomst. Bij de uitzending van het programma dat de financiering bevat, maakt de zender aan de mediagebruiker duidelijk dat dit tot stand kwam met steun van derden. *[Zie voor afspraken bij de ‘Gids en Verticals’-redactie ook bijlage V.]*

## Goede trouw

De goede trouw is een van de aspecten van de algemene zorgvuldigheidsplicht, die van elke journalist wordt verwacht.

Identificatie.

**35.** Het **respect voor de persoonlijke levenssfeer** van het individu moet altijd worden afgewogen tegen het belang van het openbaar maken van bepaalde feiten. Bovendien moet de waardigheid van het individu altijd zoveel mogelijk worden beschermd.

**36. In gerechtszaken is het uitgangspunt dat namen van betrokkenen slechts bij uitzondering worden genoemd.** In principe gebeurt het eigenlijk alleen wanneer de persoon over wie het gaat en/of het dossier algemeen bekend is, of wanneer het noemen van de naam bijvoorbeeld in het belang is van de betrokken persoon zelf en/of de samenleving. Het gebeurt ook wanneer de zaak gewichtig maatschappelijk belang heeft. En doorgaans heeft ze dat alleen al omdat wij het er over hebben. Toch wordt dit best telkens opnieuw goed vooraf overlegd met eind- en/of hoofdredactie. De ene zaak is de andere niet.

Bij geheimhouding van bepaalde feiten of **niet-identificatie** van betrokkenen om gemotiveerde redenen, worden afspraken daarrond strikt nagekomen. *[zie ook art. 5]*

Tegelijk is het bij publieke natuurlijke of rechtspersonen wel verantwoord in elk geval alle feiten publiek te maken die de mogelijkheid of 'geschiktheid' van de betrokkenen om de opdracht of het mandaat uit te voeren in vraag stellen.

Minderjarigen.

**37. Extra aandacht gaat naar minderjarigen.** De journalist houdt altijd het belang van de minderjarige zelf voor ogen. Hij heeft grote aandacht voor het recht op bescherming van de minderjarige, maar tegelijk ook voor het recht op de vrije meningsuiting van de minderjarige. De journalist houdt bij zijn afweging altijd rekening met de context, de aard en de gevoeligheid van het onderwerp, de emotionele betrokkenheid van de minderjarige (en zijn omgeving) bij het onderwerp, maar ook met de **maturiteit en oordeelsbekwaamheid van de minderjarige**. Hij doet dat wanneer hij een minderjarige (al dan niet herkenbaar) aan het woord laat, maar ook wanneer een minderjarige door derden herkenbaar ter sprake wordt gebracht.

**38.** Wanneer de journalist gebruik maakt van informatie en/of audiovisueel materiaal van of over minderjarigen via persoonlijke applicaties, websites of via sociale media gaat hij **bijzonder terughoudend** om met gegevens die de identificatie van de minderjarige mogelijk maken. In negatieve of controversiële context is het in elk geval aangewezen de minderjarige niet te identificeren. Bij strafbare zaken is dat zelfs wettelijk verboden.

**39.** De journalist die een minderjarige aan het woord laat, informeert hem op zijn niveau helder over het opzet van de berichtgeving. De journalist die een minderjarige herkenbaar aan het woord laat, vraagt **in principe toestemming aan de ouders of de voogd**, of aan een derde die tijdelijk of occasioneel verantwoordelijkheid draagt over de minderjarige. Toestemming is expliciet nodig bij emotioneel geladen en/of controversiële onderwerpen, langer lopende rubrieken, reeksen of reportages waarin de minderjarige de rode draad vormt. Hoe groter de controversiële of emotionele geladenheid, hoe meer het aangewezen is om ouders of voogd rechtstreeks te contacteren.

De journalist overweegt in elk geval altijd of het niet aangewezen is om de minderjarige anoniem of onder een andere voornaam aan het woord te laten.

In zeer uitzonderlijke en door de journalist te motiveren gevallen kan er een aantoonbaar belang zijn om net geen toestemming te vragen, maar dat gebeurt altijd in overleg met de hoofdredacteur. En het uitgangspunt is dus dat de journalist die een minderjarige herkenbaar opvoert, in principe toestemming vraagt aan de minderjarige zelf, en aan de ouders, de voogd of een derde die tijdelijk of occasioneel verantwoordelijkheid draagt over de minderjarige.

**40.** Expliciete toestemming is in principe niet nodig bij alledaagse en niet controversiële onderwerpen. Toestemming is ook niet nodig voor algemeen audiovisueel materiaal op

openbare plaatsen (bv. een groepje skateboarders, of chiro-meisjes), al wordt nooit gefocust op mensen die 'te' herkenbaar in beeld komen zonder dat ze daarvoor hun toestemming geven. Ook voor herkenbaar audiovisueel materiaal dat door officiële instanties wordt verspreid, is geen toestemming nodig. Bij gebeurtenissen die voor de pers toegankelijk zijn of waar de pers uitgenodigd is, geldt de impliciete toestemming van de aanwezigen.

Toestemming voor herkenbaar audiovisueel materiaal is ook niet nodig wanneer een gewichtig maatschappelijk belang zwaarder doorweegt dan het belang van de minderjarige. Maar dat wordt overlegd met de chef deontologie en de hoofdredacteur. En als een minderjarige, of degene die ter plekke verantwoordelijkheid over hem draagt, zich uitdrukkelijk verzet tegen het maken van herkenbaar audiovisueel materiaal, houdt de journalist daar in elk geval rekening mee. De journalist overweegt altijd of het niet aangewezen is om de minderjarige onherkenbaar te maken.

In uitzonderlijke gevallen hebben soms ook minderjarigen bewust een publieke rol. Dat verlaagt uiteraard de drempel om herkenbaar over hen te berichten of hen herkenbaar op te voeren.

**41. Elke identificatie van een minderjarige die voorwerp is van een maatregel door de jeugdrechter, is bij wet verboden** en dus strafbaar.

In uitzonderlijke gevallen kan identificatie wel:

- als de berichtgeving helemaal niet over de betrokken zaak gaat, en de maatregel van de jeugdrechter niet genoemd wordt.
- als justitie, politie of Child Focus vragen om identificatiegegevens te publiceren en uit te zenden, bijvoorbeeld in het kader van een zoekactie. Als deze instanties in een latere

fase om bijzondere redenen vragen om de verspreiding van de gegevens te stoppen, houdt de journalist daar in de mate van het mogelijke rekening mee.

- om een minderjarige toe te laten zijn of haar kant van de zaak toe te lichten, overeenkomstig art. 13 van het VN-Kinderrechtenverdrag (“Kinderen hebben het recht op informatie en om hun mening te delen met anderen, op de manier die ze verkiezen, door te praten, tekenen of schrijven of op om het even welke andere manier, tenzij dit andere mensen schade toebrengt.”).

In alle gevallen en omstandigheden is het cruciaal dat de motivatie voor identificatie in het belang is van de minderjarige zelf, iets wat vooraf helder moet overlegd met zowel de chef deontologie en hoofdredactie als waar aangewezen ook met de betrokkene(n).

**42. Minderjarige slachtoffers en getuigen** of andere minderjarige betrokkenen in een gerechtelijke context worden in de regel niet geïdentificeerd. Er wordt ook uiterst terughoudend omgegaan met details en gegevens die de identificatie onrechtstreeks toch mogelijk maken. Enkel bij ernstige misdrijven en op voorwaarde van een gewichtig maatschappelijk belang kunnen eventueel de voornaam, de beginletter van de familienaam, ook de leeftijd en de woonplaats bekend gemaakt worden.

Volledige identificatie en/of herkenbaar audiovisueel materiaal zijn alleen bij **uitzondering** mogelijk en onder de volgende voorwaarden die de journalist moet kunnen motiveren:

- de feiten zijn zeer ernstig en hebben de maatschappij sterk beroerd
- de politie of het gerecht verspreiden zelf een opsporingsbericht met volledige identificatie en/of herkenbaar audiovisueel materiaal

- de ouders of voogd van minderjarige slachtoffers komen zelf met hun verhaal naar buiten en maken geen bezwaar tegen volledige identificatie of herkenbaar audiovisueel materiaal van hun kind.

Ook in bovenstaande gevallen houdt de journalist in elk geval altijd rekening met het belang van de minderjarige zelf.

Als de ouders of directe omgeving van minderjarigen de pers verzoeken een bepaalde lijn aan te houden in verband met de identificatie van minderjarigen, wordt daarmee zo veel mogelijk rekening gehouden. En ook hier houdt de journalist daarbij in de eerste plaats rekening met het belang van de minderjarige.

**43.** Wanneer de journalist een eerder interview met of ouder audiovisueel materiaal rond een minderjarige opnieuw wil gebruiken, houdt hij er rekening mee dat de context van een minderjarige snel evolueert. Hij houdt ook rekening met de oorspronkelijke context. Het is in elk geval niet evident om eerder gepubliceerd of uitgezonden materiaal uit een andere context opnieuw uit te zenden in een nieuwe, negatieve context. Het is dus aangewezen om **ouder materiaal** niet opnieuw te publiceren of uit te zenden, of - waar relevant - om opnieuw toestemming te vragen.

Los van wat kan en niet mag bij minderjarigen houden we bij een expliciet verzoek ook altijd rekening met het recht op vergetelheid, maar wegen we daar ook altijd op een genuanceerde manier de belangen af op basis van verschillende factoren in overleg met de chef deontologie en zondig ook de juridische afdeling. We wijzen hier voorts ook op de journalistieke uitzonderingen in de AVG, of Europese Algemene Verordening Gegevensbescherming.

**44.** De journalist verslaat **intieme, familiale of rouwplechtigheden** met respect en houdt daarbij altijd rekening met de wens van de betrokkenen, die vooraf wordt gecheckt.

Vermoeden van onschuld.

**45.** In gerechtelijke zaken mag de journalist zowel in tekst en woordkeuze als in beeld geen afbreuk doen aan het vermoeden van onschuld van de betrokkene. Elke verdachte wordt namelijk **geacht onschuldig te zijn zolang hij niet veroordeeld is** door de rechtbank. Dat geldt in principe opnieuw als en zolang hij in beroep gaat tegen een uitspraak.

Bij al dan niet volledige identificatie houden we in elk geval rekening met enkele factoren. Is de verdachte een ‘bekende’ persoon dan is het evident dat we identificeren, in andere gevallen wegen we een en ander af, maar houden we ook rekening met ‘gewichtig’ maatschappelijk belang.

### **Beelden in de rechtszaal**

We houden ook rekening met de eisen van de zittende voorzitter van een rechtbank. De voorzitter is namelijk ‘politie’ in zijn eigen rechtszaal, en kan alsnog eisen dat er tijdens het proces geen herkenbare beelden worden verspreid van de beklaagde of beschuldigde in de rechtszaal zelf, ook als het gaat om iemand die eerder al wel uitgebreid werd geïdentificeerd. En die we dus buiten de rechtszaal zullen blijven tonen.

Begeleidende politie en de rechtbankmedewerkers zoals de griffier, en bij assisen de juryleden, worden in een rechtszaal in elk geval nooit herkenbaar in beeld gebracht.

In principe gelden de ‘Gedrag norms voor de relaties tussen Gerecht en Pers’ uit 2005 [*zie bijlage III.*]. In 2015 werd een geupdate ‘persprotocol’ verspreid voor het ressort Antwerpen-Limburg, maar dat wijkt niet echt af van de tien jaar oudere ‘Gedrag norms’. We wijzen hier wel ook nog expliciet op volgende richtlijn voor gerechtsgebouwen: “Alleszins mag geen beklaagde mét handboeien aan in beeld worden gebracht”. Dat heeft te maken met fundamentele rechten van de beklaagde

en verdediging en het vermoeden van onschuld, maar geldt dus uitsluitend voor de binnenkant van gerechtsgebouwen, niet voor buiten- of straatbeeld. Let wel, strikt genomen is 'niet in beeld' ook niet hetzelfde als 'niet herkenbaar in beeld', een belangrijke nuance...

Minderjarigen worden in elk geval niet getoond of geïdentificeerd.

**46.** Bij gesprekken met **veroordeelde misdadigers** is grote omzichtigheid geboden. In principe worden verklaringen over de slachtoffers en onnodige details over de misdaden zelf niet gepubliceerd of uitgezonden.

**47.** De journalist licht de geïnterviewde altijd vooraf in over **de aard en de bedoeling** van het artikel of de reportage waarvoor de medewerking wordt gevraagd.

**48.** Interviews moeten altijd **correct en beleefd** verlopen en de geïnterviewde krijgt altijd een eerlijke kans om te antwoorden. De **journalist grijpt wel in** als standpunten worden ingenomen die indruisen tegen de rechten van de mens, of die extremistisch of discriminerend zijn. Daar wordt ook al tijdens het interview zelf expliciet op gewezen.

De geïnterviewde moet ook weten dat zijn bijdrage om journalistieke redenen kan worden ingekort of weggelaten.

**49.** De journalist waakt erover dat altijd minstens de essentie van het standpunt van de geïnterviewde wordt weergegeven en dat de **geest van het gesprek** geen geweld wordt aangedaan.

**50.** Als de geïnterviewde **voorzinsage** vraagt of dus vraagt dat het interview vóór uitzending of publicatie wordt bekeken, beluisterd of gelezen en dit een voorwaarde was om het interview toe te staan, dan wordt die afspraak nageleefd. De hoofdredacteur moet hiervan vooraf op de hoogte zijn. De



geïnterviewde kan in dat geval het interview dus bekijken/ beluisteren/nalezen en eventueel ‘fouten’ aanwijzen. Maar de geïnterviewde kan in elk geval **niet het recht opeisen te bepalen wat, wanneer, en hoeveel uiteindelijk van het toegestane interview wordt gepubliceerd of uitgezonden**, noch op welke wijze of onder welke vorm dat gebeurt. We hebben hiervoor extra aandacht bij interviews met de overheid die niet kan bepalen hoe we als journalisten de grondwettelijk gegarandeerde persvrijheid invullen.

Interviews en quotes nog vóór publicatie of uitzending laten lezen door de geïnterviewde, om fouten en misverstanden te voorkomen, is voor alle duidelijkheid **geen journalistieke plicht**. Het gaat louter om een afspraak tussen journalist en geïnterviewde, die eens gemaakt wel ook moet nageleefd. Maar zonder die afspraak is er geen automatisch recht op inzage voor publicatie of uitzending. Voorinzage geven is ook iets anders dan een artikel of uitzending alsnog laten opsmukken door de betrokkene. En het gaat al helemaal niet om toestemming vragen voor publicatie of uitzending. Alleen DPG Media geeft de toestemming via de hoofdredacties. In beginsel werken we liever niet mee aan verhalen waarbij de bron(nen) vooraf toestemming tot publicatie of uitzending eisen.

We gaan bij publieke figuren en overheden in beginsel ook uit van voldoende mediawijsheid en gaan dus ‘niet zomaar’ mee in hun verzoeken tot voorinzage. Bij burgers die geen ervaring hebben met media zijn we best wat ‘ruimhartiger’. Om toegang te krijgen tot bepaalde locaties kan het wel nodig zijn om vooraf afspraken te maken over een beperking op informatieverspreiding en voorinzage voor controle daarop. Dat geldt bijvoorbeeld voor gesprekken op het Paleis, bezoek aan militaire en nucleaire installaties, soms ook ziekenhuizen of in oorlogsgebied. Het is belangrijk vooraf duidelijk af te spreken wat wel en niet kan, en waarom het niet kan (bijvoorbeeld om veiligheids- of privacyredenen). Als bepaalde informatie niet mag verspreid (bijvoorbeeld bij embedded verslaggeving in

oorlogsgebied), melden we ook zo transparant mogelijk aan ons publiek dat er beperkingen zijn.

Uitgangspunt is overigens ‘gezegd is gezegd’, tenzij het gaat om feitelijke onjuistheden of onjuiste citaten die dan mogen rechtgezet, maar zonder de strekking van het interview te veranderen. Meninge(n) veranderen en relevante **feiten achterwege laten kan niet**. Alleen de journalist beslist of de voorgestelde wijziging ook effectief wordt aangebracht, eventueel na overleg met eind- of hoofdredactie.

Als er verscheidene geïnterviewden zijn heeft de journalist het recht alleen het citaat van de betrokkene als voorinzage te geven en niet het geheel. In elk geval mag het bewerkte interview of de quote ook niet vóór de eigen publicatie of uitzending door de geïnterviewde aan derden bezorgd worden om een verspreiding elders te voorkomen. Teksten en fragmenten zijn vertrouwelijk en voorlopig tot ze effectief gepubliceerd of uitgezonden zijn.

Titels, onderkoppen, intro’s, teasende streamers en bijschriften worden in principe nooit ter voorinzage gegeven.

**51.** Als een geïnterviewde nog vóór de uitzending of publicatie het interview wil intrekken wordt hier maar zeer uitzonderlijk en uitsluitend om **duidelijk gemotiveerde (bijvoorbeeld veiligheids-)redenen** op ingegaan. De kwestie wordt in elk geval altijd besproken met de eindredacteur en overlegd met de hoofdredacteur, als nodig ook met de chef deontologie.

Slachtoffers.

**52.** Bij ongelukken, misdrijven, aanslagen en rampen wordt **geen enkele druk** uitgeoefend op slachtoffers én hun omgeving om te getuigen. Over slachtoffers worden ook geen details gegeven zolang er geen volledige zekerheid is dat de families zijn ingelicht. *[zie ook arts. 10 en 35-44]*

Als politie of parket vragen om (een deel van) de informatie nog niet bekend te maken volgen we doorgaans dat **verzoek**, maar alleen nadat de precieze reden daartoe is duidelijk gemaakt en na intern overleg daarover met de eind- en hoofdredactie.

**53.** Bij berichtgeving over **zelfdoding** raadpleegt de journalist de ‘Mediarichtlijnen voor journalisten’ van VLESP (Vlaams Expertisecentrum Suïcidepreventie) dat zes concrete aanbevelingen doet:

- Wees spaarzaam met details en vermijd maximaal het vermelden, beschrijven en afbeelden van zelfmoordmethodes, -locaties en afscheidsberichten.
- Zorg voor een correcte duiding wanneer je over zelfmoordcijfers of over aanleidingen voor zelfmoord bericht. **Vermijd dramatisering en simplificering.**

(Maak geen eenvoudige veronderstellingen over één mogelijke oorzaak of aanleiding voor zelfmoord. Vermijd dus teksten als “pesterijen dreven de jongen tot zelfmoord”. Suïcide is altijd een complex samenspel van biologische, psychologische en sociale factoren, en in negen op de tien gevallen ligt een onderliggende psychische problematiek mee aan de basis.)

- Bij zelfmoord van niet-publieke personen: weeg af of het nieuws opweegt tegen de imitatierisico’s.

- Wees extra voorzichtig bij de zelfmoord van beroemdheden: **geef geen details** en romantiseer de zelfmoord niet. Vermijd onnodige herhaling.
- Stel respect voor de privacy en het welzijn van nabestaanden voorop, en volg de mediarichtlijnen ongeacht de informatie die je van hen krijgt.
- Bied perspectief: heb aandacht voor preventie en verwijst naar hulpmogelijkheden. Vermeld dat mensen terecht kunnen op **zelfmoord1813.be** en bij de zelfmoordlijn op het nummer 1813. Besteed ook aandacht aan preventiemogelijkheden en hoopgevendende getuigenissen.

Bij expliciete berichtgeving rond een opvallende methode of locatie bij zelfdoding overleggen we vooraf altijd met een **expert** die best ook zelf in de berichtgeving aan het woord komt.

Er is altijd extra waakzaamheid geboden bij zelfdoding van een minderjarige, een bekend persoon of op een publieke plaats. Vóór de publicatie en (ook live-)uitzending wordt in elk geval altijd overleg gepleegd met de chef deontologie en de hoofdredactie.

**Online** berichtgeving over zelfdoding kan voor schadelijke neveneffecten zorgen, waardoor reacties van het publiek er best worden uitgeschakeld, of minstens gemodereerd worden. We gaan ook uiterst omzichtig te werk bij **live** verslaggeving rond zelfdoding. We vragen ons in elk geval altijd af of het aangewezen is erover te berichten, en zo ja wat de aanpak is.

## Fairplay

### Open vizier

Onze bronnen en hoofdrolspelers in onze nieuwsverhalen behandelen we fair. Zo gaan we dus niet onnodig en zonder journalistiek verantwoorde reden in iemands privéleven wroeten, en bedreigen we op geen enkele manier iemand die niet wil meewerken. We doen geen beloften over positieve berichtgeving in geval van medewerking, en we betalen principieel niet voor interviews of voor het exclusief krijgen van documenten of audiovisueel materiaal. Dat laatste geldt bij uitstek ten aanzien van tussenpersonen of derden.

Journalisten werken met open vizier en maken zich bij gesprekspartners bekend als journalist, op het terrein, via mail en in brieven, en aan de telefoon. Maar als de gezochte en gevraagde informatie vooraf ook al beschikbaar hoort te zijn voor het ruime publiek, is dat niet altijd noodzakelijk. Reporters nemen voor journalistiek onderzoek **geen valse identiteit** aan [*zie wel ook hieronder 'undercover'*] en doen zich nooit voor als arts of advocaat, notaris en al helemaal niet als bijvoorbeeld politieagent. Het onrechtmatig aannemen van de titel van ambtenaar wordt beschouwd als een misdrijf.

We maken ook duidelijk dat we voor verschillende redacties werken zoals Het Laatste Nieuws, HLN.be én VTM Nieuws. Het kan relevant zijn dat expliciet te melden aan betrokkenen, die er soms mogelijk van uitgaan dat hun verhaal, getuigenis,... alleen aan bod komt in de krant, of alleen op televisie... Als we het extern over 'News City' hebben maken we ook duidelijk om welke redacties het gaat.

## Recensies

Uitzonderlijk kunnen journalisten die optreden als recensent in bijvoorbeeld de culturele, culinaire of reissector anoniem boeken om te voorkomen dat ze privileges of een voorkeursbehandeling zouden krijgen, die dan afwijkt van die van andere klanten of bezoekers, en waardoor ze geen correct beeld zouden krijgen van de diensten en producten. Maak hierover vooraf duidelijke afspraken met de hoofdredacteur.

## Undercover

Undercoverwerk wordt altijd vooraf uitgebreid en helder besproken met de hoofdredactie, die er expliciet toestemming moet voor geven en voor duidelijke overleg- en briefingmomenten zorgt tijdens het undercoverwerk. Ook de chef deontologie wordt op de hoogte gebracht. De betrokken journalist houdt ook op een discrete en 'beveiligde' manier gedetailleerde notities bij van het hele onderzoeksproces. De undercover-methode wordt ook alleen gebruikt als andere transparante journalistieke manieren in relevant onderzoek niet mogelijk zijn om achter alle feiten aan te gaan. In zeer uitzonderlijke gevallen kunnen reporters wel 'vaag' blijven over hun werk om bijvoorbeeld sommige landen, waar de pers wordt geweerd, binnen te mogen. Na overleg met de hoofdredactie kan in dat geval bijvoorbeeld aangegeven dat de reis bedoeld is voor 'zaken' of 'toerisme'. Maar dat moet dus telkens expliciet vooraf overlegd met de hoofdredacteur.

**54.** Het staat de journalist vrij een **telefoongesprek** op te nemen zonder dat aan zijn gesprekspartner mee te delen. Maar als hij het in het belang van de uitzending of de publicatie nodig vindt om een opgenomen telefoongesprek geheel of gedeeltelijk uit te zenden, dan zegt hij dat wel nog vóór uitzending of publicatie aan zijn gesprekspartner. Het juridische beginsel is overigens dat de uitzending van de quote(s) wel ook 'toestemmingsplichtig' is. Pleeg dus overleg met de

eindredactie. [*Zie hoger ook verschil 'on the record/'off the record'*]

**55.** Het gebruik van **verborgen audiovisuele opname- en zendapparatuur** wordt alleen toegestaan als op geen enkele andere wijze de informatie gegaard of gestaafd kan worden. Voorwaarde is wel dat de informatie een grote maatschappelijke relevantie heeft. Hiervoor is vooraf overleg nodig met de betrokken eindredacteur, de chef deontologie en de hoofdredactie.

**56.** In principe werkt een journalist met **open vizier** en maakt hij zich dus kenbaar als journalist. In sommige gevallen kan het verantwoord zijn dat de journalist zich niet kenbaar maakt en dus optreedt als 'een gewone burger'. Bijvoorbeeld wanneer hij wil nagaan hoe 'een gewone burger' door een openbare dienst of een bedrijf te woord wordt gestaan. De **privacy** van mensen via wie op deze manier informatie zou verkregen worden, moet wel gerespecteerd worden bij het bekendmaken van de vergaarde informatie. Voorwaarde voor deze techniek is ook dat de informatie niet op een andere manier kan verkregen worden. We vragen vóór publicatie en uitzending ook altijd nog een reactie aan de betrokken partij(en). Wederhoor is dus noodzakelijk.

**57.** Zeer uitzonderlijk kan een journalist ook een **valse hoedanigheid of identiteit** aannemen. Voorwaarde is dat de informatie een grote maatschappelijke relevantie heeft en niet op de gebruikelijke manieren kan verkregen worden. Hiervoor is vooraf overleg nodig met de eindredacteur, de chef deontologie en de hoofdredacteur. De eventuele risico's moeten in een aanvaardbare verhouding staan tot het verhoopte resultaat. Bij deze methode moet wel ook rekening gehouden met wettelijke beperkingen. Zo is het wettelijk verboden zich uit te geven voor bijvoorbeeld politieagent, arts, rechter, belastingambtenaar enz. Ook de titel van 'beroepsjournalist' is overigens beschermd via de wet van 30 december 1963. Journalisten en medewerkers die zelf niet formeel erkend

zijn als ‘beroepsjournalist’ mogen die titel in principe dus ook niet gebruiken of zich als dusdanig voorstellen.

**58.** Een journalist kan voor journalistiek onderzoek langere tijd **infiltreren in een bepaald milieu** zonder zich als journalist kenbaar te maken. In dat geval moet de journalist in elk geval op regelmatige basis verslag uitbrengen bij een contact op de redactie, die ook de hoofdredacteur en chef deontologie op de hoogte houdt. Die contactpersoon moet aan de alarmbel trekken wanneer hij zou inschatten dat er veiligheidsrisico's of deontologische fouten dreigen en in dat geval meteen de betrokken leidinggevende, de chef deontologie en de hoofdredacteur op de hoogte brengen. Voorwaarde voor deze methode is dat de informatie een grote maatschappelijke relevantie heeft en niet op de gebruikelijke manieren kan verkregen worden. De infiltratie zelf kan alleen na expliciete toestemming van de hoofdredacteur die eerst overlegt met de chef deontologie.



...is' op een,  
VTM

...aar weet ik:  
...noeten

«IK B  
DE E  
DIE  
K



0:14  
5°

DOORLOG OEKRAÏNE EN RUSLAND

HLN

HLN LIVE

LIVE. Afgelopen 24 uur 21 doden en  
112 gewonden in Charkiv - Russisch  
leger claimt volledige controle over  
Oekraïense stad Cherson

Video's hebben te g...  
Charkiv

# Specifieke richtlijnen rond online informatie

Alle bovenstaande afspraken en richtlijnen zijn van toepassing op informatie en duiding die we op alle platformen aanbieden. Maar er zijn ook richtlijnen en afspraken die zich specifiek richten op het digitale aanbod. Die vind je hieronder.

Omdat digitale platformen in snel tempo nieuwe mogelijkheden en toepassingen bieden, zullen we onderstaande richtlijnen op regelmatige basis evalueren, en bijsturen of aanvullen waar nodig.

**59. Reacties** van derden die op een platform van News City (in eigen beheer of bij derden) verschijnen vallen onder de eerste verantwoordelijkheid van de auteur(s), maar we zijn op beroepsethisch vlak voor berichten rond nieuws en actualiteit wel verantwoordelijk voor het **goed beheer** ervan op onze platformen. Die **verantwoordelijkheid** wordt opgenomen door:

- hetzij de binnenkomende reacties te toetsen op hun toelaatbaarheid vóór opname in het forum, de zgn. pre-monitoring
- hetzij de ingestuurde reacties bij tijdelijke ‘livechats’ meteen na te lezen en selectief te publiceren, het zgn. actief modereren
- hetzij bij zgn. post-monitoring in de nodige technieken te voorzien zodat ongepaste inhoud zo snel mogelijk wordt verwijderd

Om ongepaste inhoud te voorkomen of zo snel mogelijk te verwijderen bestaan onder meer volgende technieken:

- het zich vooraf laten registreren door de gebruikers
- het duidelijk vermelden op de site van de gebruiksvoorwaarden en aanbevelingen
- het gebruik van een elektronische filter om ongepaste termen te weren

- het aanbieden van de mogelijkheid om ongepaste reacties te signaleren aan de moderator van het forum
- het manueel modereren en continu begeleiden van discussies over gevoelige onderwerpen

**60. Anonieme bijdragen** kunnen slechts uitzonderlijk en mits duidelijke motivatie gepubliceerd worden. De redactie moet alleszins over de identiteitsgegevens van de inzender beschikken.

**61.** Een externe **link** plaatsen bij berichten rond nieuws en actualiteit kan alleen als relevante extra relevante informatie of duiding. Links naar websites die commerciële, politieke, particuliere of groepsbelangen bevatten of verdedigen, of die oproepen tot actie, vragen om een bijzondere zorgvuldigheid. Ze kunnen alleen als ze rechtstreeks verband houden met een gepubliceerd artikel of bijdrage, en als ze een toegevoegde waarde bieden aan de mediagebruiker. De journalist hoedt zich ervoor om, door het plaatsen van links, een forum te bieden aan om het even welk individu of om het even welke groepering. In elk geval worden links vooraf overlegd met de eindredactie. Links naar websites waarvan de uitgever of webmaster niet te achterhalen vallen, zijn uitgesloten.

**62.** Merken van News City melden in de gebruiksvoorwaarden van de websites duidelijk dat de gebruiker - wanneer hij een externe link aanklikt - de website verlaat, en dat de redactie niet verantwoordelijk is voor de informatie op externe sites.

**63.** De redactie opent een forum of een **chatruimte** alleen wanneer de redactie een ernstig beheer ervan kan garanderen. Bijdragen die discriminerend, extremistisch, pornografisch, racistisch, seksistisch of beledigend zijn, worden geweerd of meteen verwijderd. Hetzelfde geldt voor bijdragen die laster en eerroof kunnen betekenen of die oncontroleerbare beschuldigingen of beweringen inhouden. Reacties van mediagebruikers kunnen om praktische redenen ook worden ingekort of

er kan kort uit geciteerd worden, zonder evenwel de teneur geweld aan te doen. Bij twijfel beslist de verantwoordelijke chef al dan niet in overleg met de hoofdredacteur.

**64.** Op tekstpagina's en in programma's die onder de deontologische verantwoordelijkheid van de hoofdredacteur vallen kunnen ook blogs, columns, podcasts, webcasts of opiniebijdragen worden gepubliceerd. Elke blog, column, podcast, webcast of **opiniebijdrage wordt echter duidelijk en expliciet gescheiden** van de 'gewone' feitelijke bericht- en verslaggeving. Elke bijdrage wordt ook vooraf gescreend. Bij twijfel beslist de verantwoordelijke chef al dan niet in overleg met de hoofdredacteur.

**65.** Bij **blogs, columns, podcasts, webcasts en opiniebijdragen** waakt de verantwoordelijke chef, eventueel in overleg met de hoofdredacteur, erover dat er voldoende verschillende meningen aan bod komen. Bijdragen die discriminerend zijn, extremistisch, pornografisch, racistisch, seksistisch of beledigend zijn, worden geweerd of meteen verwijderd. Hetzelfde geldt voor bijdragen die laster en eerroof kunnen betekenen of die oncontroleerbare beschuldigingen of beweringen inhouden. Als de redactie derden de mogelijkheid geeft om hun mening te uiten op de website is de redactie in elk geval niet verantwoordelijk voor de standpunten van die derden.

**66.** Met blogs, columns, podcasts, webcasts of opiniebijdragen door eigen journalisten wordt in de programma's en tekstpagina's die onder de deontologische verantwoordelijkheid van de hoofdredactie vallen, voorzichtig omgesprongen. Een persoonlijke ervaring of indruk kan naar voren gebracht, maar toch wordt erover gewaakt dat die het vertrouwen in de onpartijdige berichtgeving van News City op geen enkele manier ondermijnt. De hoofdredacteur kijkt daarop toe en waakt er ook over dat het aanbod inhoudelijk niet eenzijdig blijkt. Er wordt ook expliciet duidelijk gemaakt dat de blog, column, podcast, webcast of opiniebijdrage los staat van de 'gewone' feitelijke verslaggeving.

**67.** Een **poll of peiling** houdt altijd verband met een item waar (minstens een van) de redacties van News City ook inhoudelijk aandacht aan besteden. We zijn zeer terughoudend ten aanzien van publieksenquêtes door derden, ongeacht het onderwerp. Als ze afkomstig zijn van gerenommeerde wetenschappelijke instituten en instellingen en alle onderliggende informatie beschikbaar is, zijn ze bruikbaar voor publicatie of uitzending. Maar polls door bedrijven of niet geheel transparante binnen- of buitenlandse (pr-)bureaus wantrouwen we.

**68.** Bij het plaatsen van een poll houdt de redactie rekening met de principes van nauwkeurigheid, onpartijdigheid en goede trouw.

**69.** Polls mogen door hun vraagstelling de onpartijdigheid van de redacties van News City en DPG Media niet in het gedrang brengen. Een redactionele poll mag niet ten dienste staan van commerciële, politieke, particuliere of groepsbelangen. Een poll mag de eer en goede naam van personen of groeperingen niet in het gedrang brengen.

**70.** Een peiling is doorgaans geen wetenschappelijk onderzoek. En het resultaat is ook nooit helemaal representatief voor de Belgische of Vlaamse bevolking. De journalist mag de resultaten van polls dan ook niet als zodanig gebruiken of ongenueanceerd presenteren. De **'technische fiche'** van de peiling met oa het aantal gepeilde deelnemers, de foutenmarge en periode waarin de peiling werd afgenomen is ook altijd minstens online terug te vinden.



# Deontologie van de journalist buiten de dienst.



**71.** Ook buiten de uitoefening van zijn functie zorgt de journalist er voor dat hij het vertrouwen van het publiek in de onpartijdigheid, nauwkeurigheid en de goede trouw van News City en DPG Media niet verstoort.

**72.** Journalisten maar ook andere redactiemedewerkers zijn **voorzichtig met hun publieke uitspraken**. Ze hebben uiteraard zoals elke burger vrijheid van meningsuiting maar ze vermijden dat hun uitspraken het vertrouwen van het publiek in de onpartijdigheid, nauwkeurigheid en de goede trouw van News City zouden verstoren. Ze letten daar met name ook op bij hun uitspraken op internetfora of in sociale media.

*[Zie ook de specifieke richtlijnen rond sociale media]*

**73.** Als een medewerker van News City opiniërende persoonlijke uitspraken doet in vergaderingen, of in een bijdrage in een publicatie of uitzending moet hij ervoor zorgen dat die opiniëring duidelijk wordt onderscheiden van de informatie en duiding door de redactie. De journalist maakt als nodig ook expliciet duidelijk dat hij **spreekt in eigen naam** en niet namens de redactie of News City tenzij er toestemming is van de hoofdredacteur.

**74.** Een journalist heeft het recht om openbaar een actie te ondersteunen of af te keuren. **Publieke uitspraken** in dat verband door de journalist mogen evenwel niet het vertrouwen in de onpartijdigheid van de berichtgeving over die actie door News City schaden.

**75.** Het is niet gepast **interne en persoonlijke conflicten** in de openbaarheid te brengen. Dat wil niet zeggen dat een journalist geen beredeneerde mening of een gefundeerd oordeel mag hebben, of niet zou mogen deelnemen aan maatschappelijke discussies. Maar het is niet gepast om met die kritiek de redactie(s) of DPG Media en zijn personeelsleden in diskrediet te brengen bij het publiek.

## Politiek.

**76.** Het lidmaatschap van een politieke partij is vrij en kan aan geen beperking worden onderworpen. Journalisten bij News City nemen evenwel **geen bestuursmandaten** op in politieke partijen. Ook het lidmaatschap van andere maatschappelijke, levensbeschouwelijke of sociaal-economische drukingsgroepen is vrij. Maar als journalisten bestuursmandaten opnemen in zulke organisaties, melden zij dat aan de hoofdredacteur. Die zal dat toestaan als naar zijn oordeel de onpartijdigheid of de professionaliteit van de redactie hierdoor op geen enkele manier in het gedrang komt. Mocht de hoofdredacteur hier toch anders over oordelen, dan wordt de zaak voor advies voorgelegd aan de chef deontologie en ook aan de andere hoofdredacteurs bij News City. Het staat journalisten overigens wel vrij om bestuursmandaten op te nemen in organisaties die de beroepsgroep vertegenwoordigen, zoals bv. de vakbonden, of de journalistenvereniging.

**77.** Zodra duidelijk wordt dat een journalist kandidaat zal zijn bij politieke **verkiezingen**, mag hij geen journalistiek werk meer doen. Dat geldt ook wanneer duidelijk wordt dat hij functies zal opnemen die doorgaans het bijzondere vertrouwen van een politieke partij vragen zoals functies op ministeriële kabinetten of op studiediensten van partijen.

## Nevenactiviteiten

**78.** Journalisten van News City werken in beginsel niet ook nog voor bedrijven die niet bezig zijn met journalistiek en **lenen zich niet tot reclame of propaganda**. Art. 5 van de wet van 30 december 1963 over de erkenning en de bescherming van de titel van beroepsjournalist verbiedt ook expliciet elke vorm van handel drijven en het uitoefenen van op reclame gerichte activiteiten. “De erkenningscommissie beschouwt daarom als onverenigbare activiteiten: reclame maken, propaganda voeren, public relations e.d. voor natuurlijke of rechtspersonen.

De uitoefening van deze activiteiten is een grond om een aanvraag tot erkenning af te wijzen en kan leiden tot de onmiddellijke intrekking van de erkenning.” [Zie de voorwaarden voor de erkenning van beroepsjournalisten op CEBJ.be]

**79.** De journalist krijgt in principe geen toelating voor externe activiteiten die het vertrouwen van het publiek in de onpartijdigheid, de nauwkeurigheid en de goede trouw van News City zouden kunnen ondermijnen. Zo is er **geen toelating voor deelname aan evenementen met een controversiële organisator**, evenementen waar maar één radicaal standpunt aan bod zou komen of evenementen waar de journalist de indruk kan geven dat hij mee ‘het gezicht’ is van of een bijzondere band heeft met een partij, bedrijf of een organisatie. Bij twijfel wordt dit best vooraf besproken met de hoofdredacteur.

**80.** De journalist in vast dienstverband mag geen journalistieke of andere functie hebben bij **andere media** dan die van DPG Media, tenzij dit expliciet schriftelijk werd goedgekeurd door de hoofdredacteur, in overleg met de journalistiek directeur.

Journalisten van News City voeren in principe geen handelsactiviteiten uit of werkzaamheden die gericht zijn op **reclame, marketing of public relations**. Wie toch betrokken is bij commerciële activiteiten, meldt dit aan de hoofdredacteur en toont aan dat die de journalistieke onafhankelijkheid niet in het gedrang brengen en geen potentieel belangenconflict kunnen doen ontstaan.

Het wordt gezien als minstens potentieel belangenconflict als een journalist betaald of onbetaald mensen, organisaties of bedrijven **adviseert** over hoe ze moeten omgaan met de pers, tenzij hiervoor vooraf expliciet toelating wordt gegeven door de hoofdredactie. Een journalist mag uiteraard wel aan derden desgevraagd toelichten hoe de eigen redactie over het algemeen functioneert en zo nodig doorverwijzen naar collega's of andere diensten. Over lopend journalistiek

onderzoek wordt in elk geval niet gecommuniceerd met derden, tenzij in functie van het onderzoek en met medeweten van de chef en/of hoofdredacteur. *[Zie ook art.7 'Fairplay naar andere media'.]*

Journalisten mogen uiteraard zelf **boeken schrijven** over hun expertise, maar ze mogen niet optreden als ghostwriter in publicaties over mensen, bedrijven en organisaties waarover ze potentieel zelf berichten. Als er in diezelfde context een aanbod is als co-auteur van publicaties door derden, bespreken ze de precieze insteek van de bijdrage vooraf met de hoofdredacteur. In elk geval is de journalist altijd volledig transparant over medewerking aan publicaties/uitzendingen van derden.

Journalisten zetelen in beginsel niet in een **jury** die oordeelt over het terrein waarover ze zelf berichten. Dat geldt bij uitstek voor commerciële en promotionele activiteiten. Voor culturele jury's (film, literatuur, dans, architectuur, culinair, showbizz,...) kan een uitzondering gemaakt worden in overleg met de hoofdredactie. Deelname aan journalistieke vakjury's is in beginsel toegestaan maar wel na overleg met de hoofdredactie.

**81.** Elke **medewerking** in welke vorm dan ook aan publicaties, audiovisuele of digitale producties van politieke, professionele sport-, levensbeschouwelijke of sociaal-economische organisaties, verenigingen of bedrijven is in principe niet toegestaan om verwarring bij het publiek te voorkomen. Tenzij het gaat als geïnterviewde en in dat geval mits toestemming van de hoofdredacteur. *[zie ook art. 83]*

**82.** Medewerking aan informatiecampagnes van de **overheid** is alleen mogelijk als het onderwerp niet controversieel is en de hoofdredactie in samenspraak met de directie uitdrukkelijk toestemming verleent.

**83.** Elke deelname aan andere DPG Media-programma's en -publicaties, die niet onder deontologisch toezicht van News City vallen, moet met 'gezond verstand' worden benaderd en moet in elk geval **vooraf worden voorgelegd aan de hoofdredacteur**. Ook voor het geven van interviews in publicaties of uitzendingen buiten DPG Media moet er vooraf toelating zijn van de hoofdredacteur.

**84.** Journalisten geven alleen **opleiding aan derden** als ze daarvoor expliciet toestemming krijgen van de hoofdredactie.





tekst:  
De torenhoge  
dieselrijzen  
dalen nog niet,  
wat Internationaal

-20.50  
+ RESET + SHUT  
00:00 00:00 00:00  
"000 + 00"

RESET + SHUT  
00:00 00:00 00:00

ACR2

ACR3

# Specifieke richtlijnen en aanbevelingen rond sociale media



**De waarden en deontologische code van de nieuwsdienst trekken we ook door naar ons gebruik van sociale media. Journalisten en redactiemedewerkers van de nieuwsdienst worden overigens gestimuleerd in het gebruik van sociale netwerken.**

**Iedereen heeft het recht op vrije meningsuiting, maar tegelijk is er ook een bijzondere bekommernis rond de onpartijdigheid omdat die afstraalt op de betrouwbaarheid en geloofwaardigheid van News City en DPG Media.**

### Accounts/profiel

Journalisten hebben best accounts op sociale netwerken. Geregeld zorgen die namelijk ook voor belangrijke nieuwe of aanvullende bronnen. En zorgen ze voor extra publiek voor ons werk. De journalist heeft best één account per netwerk, dat hij dan zowel professioneel als privé gebruikt. Maar als journalisten hun account ook professioneel gebruiken moeten ze zich in elk geval ook kenbaar maken als ‘journalist’ van DPG Media.

De naam van onze merken wordt niet gebruikt in de eigen gebruikers- of accountnaam, en het merk-logo wordt niet gebruikt als foto, maar in het profiel kan uiteraard wel expliciet verwezen naar onze merknamen.

Het is verboden om vertrouwelijk materiaal van of over DPG Media en de betrokken merken te posten. Iedereen heeft uiteraard recht op een eigen mening, maar het is niet toegelaten om politieke links in het profiel te plaatsen. Journalisten zijn de klok rond journalist.

### Opinie

Sociale media zijn open media en – los van wat je instellingen ook zijn – wat je er zegt zal uiteindelijk altijd geassocieerd worden met News City en DPG Media. Daarom moeten journalisten er

zich van bewust zijn dat elk standpunt dat ze innemen ook de reputatie van de krant, het magazine, de redactie, de zender en/of DPG Media kan schaden. Journalisten en redactiewerkers van News City zijn daarom ook best terughoudend bij het innemen van standpunten en eigen commentaar bij controversiële publieke debatten.

Uiteraard mogen journalisten hun mening ‘met gezond verstand’ ventileren, maar ze houden wel rekening met het volgende:

- beledigingen en kwetsende commentaar (zoals bv. aan het adres van een politicus, merk, team, vereniging, acteur, collega’s,...) kunnen negatief afstralen op de hele redactie
- als je zelf tweet of iets post over onderwerpen die de redactie behandelt, stuur dan waar mogelijk en zodra het kan ook altijd een link mee naar het artikel of de uitzending op onze eigen media

Een goede leidraad is dat als je het niet luidop zou durven zeggen op TV of radio, of niet expliciet in eigen naam zou durven schrijven in printmedia of op onze digitale platformen, dat je het dan ook beter niet post.

## Privacy

Journalisten en redactiewerkers hoeden er zich voor om opinies van en persoonlijke info over collega’s te verspreiden, tenzij die daar zelf geen probleem mee hebben. Dat geldt ook voor accounts die alleen te zien zijn door ‘vrienden’. Hou in elk geval altijd zeer goed in de gaten wat je met wie deelt op bv. Facebook, Twitter of andere sociale media.

## Bevrienden/Volgen

Er is geen restrictie op het aanvaarden van vriendschapsverzoeken op sociale media.

Maar we proberen wel te voorkomen dat door het ‘eenzijdig’ ‘bevrienden’ of ‘liken’ van politici en politieke bewegingen uit één bepaalde strekking de indruk wordt gewekt dat we een duidelijke voorkeur hebben voor een bepaalde politieke partij of ideologische stroming.

We vermijden persoonlijke commentaar of eindeloze discussies op de open pagina’s van publieke figuren, organisaties,... Je mag waar nodig op een professionele manier ontkennen, rechtzetten, verduidelijken, aanvullen,... maar blijf wel altijd correct, sereen en beleefd.

## Linken

Journalisten en redactiemedewerkers worden aangemoedigd om de eigen nieuwscontent zo veel mogelijk te linken en te verspreiden. Ook het linken van materiaal van andere (niet-concurrerende) media is toegestaan, behalve als het gaat om ongepast materiaal of louter geruchten. Een en ander kan er namelijk toe leiden dat een nadien fout gebleken bericht toch nog onterecht wordt gelinkt aan de eigen redactie.

Op grove, ongepaste reacties reageer je zelf beter niet. En spring ook omzichtig om met commentaar op andere media, nog beter is ook dat te vermijden. We zijn competitief ingesteld, maar blijven fair en ook altijd beleefd.

## Berichten maken

Journalisten mogen live tweeten vanop en over bepaalde ‘publieke’ events zoals culturele en sportmanifestaties en persconferenties. Maar bij ‘breaking news’ wordt in elk geval altijd meteen eerst de eigen redactie volledig ingelicht. Nadien ben je vrij om alle informatie te tweeten of te posten, en link je zodra dat kan ook naar onze eigen platformen.

Redacties van News City kiezen er in sommige gevallen voor om exclusief of ‘primeurnieuws’ pas op een later moment te verspreiden. Pas nadat News City het op de eigen platformen bekend heeft gemaakt via publicatie en/of uitzending, kan er ook over getweet of kan het ‘gepost’ worden.

Soms zijn we op zoek naar bv. getuigen en dan zijn sociale media een handige manier om via een oproep veel mensen te bereiken, maar overleg hierover altijd vooraf met de chef.

## Veiligheid

Journalisten en redactiemedewerkers mogen nooit de veiligheid van collega’s in gevaar brengen door het melden van bepaalde details. Zo melden we bijvoorbeeld nooit vooraf de precieze locatie van onze reportageploeg op plekken waar grote risico’s gelden voor de persvrijheid en dus voor aanwezige journalisten, en in oorlogsgebied. Ook details over een aangehouden, vermiste of ontvoerde journalist of reportageploeg worden niet verspreid. In sommige gevallen kan ‘publiciteit’ hierover helpen, maar alleen de hoofdredactie beslist hierover na intern overleg met de chef deontologie en de journalistiek directeur, en waar nodig ook met overheidsinstanties zoals het parket of Buitenlandse Zaken. Veiligheid primeert altijd.

## Retweeten

Retweets van berichten uit eigen huis kunnen alleen maar aangemoedigd worden. Maar in andere gevallen kunnen die onbewerkt of zonder eigen commentaar de indruk wekken dat je het volledig eens bent met de inhoud van de tweet. En dat is niet verboden, maar het kan ook verwarrend zijn, of zelfs schadelijk worden.

### Fictieve voorbeelden:

1. RT @vooruit\_nu: Deze minister is een ramp voor onze kinderen

2. RT @volkskrant: 'De Turkse president is een gevaarlijke gek'

**In deze gevallen is het beter dat je zelf 'bericht' over deze tweets:**

1. Vooruit verwerpt nieuw onderwijsplan RT @vooruit\_nu:  
Deze minister is een ramp voor onze kinderen
2. Nederlandse krant hard voor Turkse president RT @volkskrant: 'De Turkse president is een gevaarlijke gek'

Zelfs als je in je profiel zegt dat retweets niet per se je eigen mening zijn, blijf je toch best voorzichtig. Velen zien mogelijk je tweets, maar niet iedereen kijkt ook altijd naar je profielinfo.

Geruchten worden dus niet as such geretweet, maar zulke tweets of posts kunnen wel de basis vormen voor een reply waarin gevraagd wordt naar meer informatie.

Voorts willen we hier ook nog nogmaals expliciet verwijzen naar [art. 9](#) in de code hierboven.

### **Social media guidelines bij dpg media - CHECKLIST**

Sociale media zijn fantastisch om je verhalen een nog ruimer publiek te laten vinden. Maar er zijn ook zaken die je beter niet deelt. Dit zijn de belangrijkste richtlijnen :

DPG Media en News City staan voor

- Kwaliteit, creativiteit en sterke journalistiek
- Vol passie, altijd constructief

Met social media zet je je als journalist op de kaart, maar er zijn dingen die je beter niet deelt. In 9 van de 10 gevallen loopt het natuurlijk goed, maar met deze drie gouden richtlijnen maak je zowel jezelf als DPG Media sterker op sociale media.

1. Post niets wat het bedrijf kan schaden
2. Draag geen politieke standpunten uit
3. Schrijf niets wat je ook niet op onze eigen platformen zou schrijven

Zelfs al zeg je “in eigen naam” te communiceren, de buitenwereld zal altijd de link leggen met je functie bij DPG Media en News City. Op social media wordt het onderscheid tussen de persoon en de functie zelden gemaakt. De meeste mensen zullen je zien als verlengstuk van het merk waarvoor je werkt. Daar moeten we ons bewust van zijn, maar we kunnen het ook omarmen.

## 10 Richtlijnen

Waar hou je rekening mee als je een post op social media plaatst?

1. Als journalist ben je onlosmakelijk verbonden met het merk. Wees je ervan bewust dat al jouw communicatie onder een vergrootglas ligt. Lezers zullen jouw bericht niet loskoppelen van het merk.
2. Wees collegiaal: brand een stuk, kop, tweet of post van een collega niet af. Blijf ook professioneel als je de verdediging van een collega opneemt.
3. Schakel een retweet, een reactie of een like gelijk met een post. De impact is even groot.
4. Wees je ervan bewust dat ironie of sarcasme vaak niet zo begrepen wordt, vooral op social media.

5. Gebruik geen taal/woordenschat die je ook niet zou durven gebruiken in je stukken of voor de microfoon.
6. Wees voorzichtig met klachten op social media over een bepaald product of service, ook al is die gegrond. Jouw klacht zal scherper beoordeeld worden en het gevaar bestaat dat mensen denken dat je een speciale behandeling wil als journalist.
7. Let op als je lid wordt van privégroepen op Facebook of andere platformen die partijdig kunnen zijn. Als je je bij dergelijke groepen aansluit voor journalistieke doeleinden, wees dan voorzichtig met hoe je je erop begeeft.
8. Exclusieve content of primeurs publiceren we altijd eerst op onze eigen kanalen. We moedigen uiteraard iedereen aan die content nadien verder te verspreiden via de persoonlijke kanalen.
9. Je werkt voor DPG Media. Niet voor Twitter, Facebook of Instagram. Via sociale media proberen we extra publiek te vinden voor ons werk. Maar je aanwezigheid moet uiteraard vele malen groter zijn op onze eigen app, website en platformen dan op die sociale media.

## **Reacties**

Hoe ga je om met reacties en kritiek op social media?

10. Blijf altijd beleefd en zakelijk, ook als de tegenpartij op de man speelt. Op grove, ongepaste reacties reageer je beter gewoon niet.

## Twijfel?

Twijfel je toch nog of een bericht kan of niet? Stel jezelf dan de volgende vier vragen:

1. Zou je gelijkaardige meningen uiten in een opinie of een artikel op onze eigen platformen?
2. Bestaat de kans dat een lezer van je bericht ervan kan uitgaan dat je bevooroordeeld bent?
3. Als lezers weten dat je voor een redactie van News City werkt, zou dat dan hun mening over het merk kunnen veranderen?
4. Kan je bericht negatieve gevolgen hebben voor collega's?

Aarzel ook zeker niet om raad te vragen bij je leidinggevende





*‘We zullen correct zijn.  
Of niet zijn.’*

– Jo Buggenhout

