

Advies van de Raad voor de Journalistiek

over de vraag van

de raad van bestuur van de Vlaamse vereniging van beroepsjournalisten VVJ

met betrekking tot

de rol en de positie van de hoofdredacties

In een standpunt van 21 december 2007 vraagt de Vlaamse Vereniging van beroepsjournalisten VVJ een advies aan de Raad voor de Journalistiek. De vraag tot advies betreft 'de verhouding tussen redactie, hoofdredactie en marketing/promotie binnen een mediabedrijf. Hoe kunnen deze actoren zich optimaal tot elkaar verhouden? Hebben marketeers en reclamemakers een plaats aan de redactietafels? Welke positie en rol zijn weggelegd voor de hoofdredacties?'

De VVJ vraagt de Raad voor de Journalistiek eveneens om zich te buigen over de wet van 30 april 1963 op de erkenning van beroepsjournalisten. De adviesaanvraag wordt aan de Raad voor de Journalistiek overgemaakt in een mail van 21 december 2007 van de heer Pol Deltour, nationaal secretaris van de VVJ.

De Raad voor de Journalistiek heeft een eerste bespreking over de adviesaanvraag gehouden op 10 januari 2008. De Raad is van mening dat de kwestie van een eventuele aanpassing van de wetgeving niet tot zijn bevoegdheid behoort, wat niet belet dat individuele leden hierover advies kunnen verstrekken. Om een antwoord op de overige vragen van de VVJ voor te bereiden, is een werkgroep opgericht, die het advies heeft voorbereid op 21 maart 2008. De tekst van het advies is daarop besproken en goedgekeurd op de bijeenkomst van de Raad voor de Journalistiek van 19 juni 2008.

ADVIES

De hoofdredacteur of degene die deze journalistieke functie uitoefent heeft de eindverantwoordelijkheid voor het journalistieke product. Hij/zij bewaakt de onafhankelijkheid en de integriteit van de redactie, zodat ze de regels voor behoorlijk professioneel gedrag en de journalistieke ethiek correct kan toepassen.

In veel mediabedrijven bevindt de hoofdredacteur zich op het snijpunt van de redactie met andere afdelingen, ook de commerciële en de advertentieafdeling. Hij/zij is het aanspreekpunt voor die afdelingen. Het is de opdracht van de hoofdredacteur om daarbij de redactionele onafhankelijkheid te waarborgen en erop toe te zien dat commerciële acties geen invloed hebben op de onafhankelijkheid.

Brussel, 19 juni 2008