Afbeelding met tekst, Lettertype, Graphics, logo

Automatisch gegenereerde beschrijving**Model stijlboek**

**Inleiding**

Een stijlboek zorgt voor eenduidigheid op het gebied van taal en vorm op de redactie. Het moet duidelijk maken op welk manier terugkerende onderwerpen of items het liefst worden gezien, gelezen of gehoord. Ook geeft het handvatten over hoe (journalistiek) te handelen in bepaalde situaties. Het helpt bestaande medewerkers tot eenheid te brengen, maar ook nieuwe medewerkers of vrijwilligers hebben groot profijt van duidelijke vastgelegde afspraken op dit gebied.

Een stijlboek is overigens geen geschrift voor de eeuwigheid, maar onderhevig aan veranderende opvattingen in de beroepsgroep en de samenleving.

Veel succes met het opstellen van jullie stijlboek. Als er vragen zijn, neem dan gerust contact op met het NLPO-bureau. We helpen je graag verder!

**Gebruik modeldocument**

Hoewel deze publicatie met zorg is samengesteld kan de NLPO geen aansprakelijkheid aanvaarden voor eventuele gevolgen van het gebruik van het modelbestand. Omroepen die het model aanpassen, op welke wijze dan ook, dienen het voorblad en het logo van de NLPO te verwijderen. Graag verneemt de NLPO uw opmerkingen naar aanleiding van de modelovereenkomst, zodat deze, wanneer daartoe aanleiding bestaat, kan worden aangepast.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Versienummer** | **Datum** | **Wijzigingen** |
| V2024.1 | 07-05-2024 | Eerste publicatie |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

*Met dank aan WOS Media, WEEFF en RTV Purmerend voor de input.*

**Stijlboek <naam streekomroep>**

**de streekomroep van <naam streek>**

Ruimte voor logo

***“slogan”***

**Auteur**

Hoofdredactie <naam omroep(en)>

**Datum**

Maand jaar

**Versie**

V20xx.1

**Status**

Concept

[1. Doel van het stijlboek 4](#_Toc146263915)

[1. Algemene afspraken 5](#_Toc146263916)

[2. Afspraak per medium 6](#_Toc146263917)

[**2.1.** **Tekst** 6](#_Toc146263918)

[**2.1.1.** **Toon** 6](#_Toc146263919)

[**2.1.2.** **Taalgebruik** 6](#_Toc146263920)

[**2.1.1.** **(naam eigen (streek)omroep)** 6](#_Toc146263921)

[**2.1.1.** **Aanspreken eigen doelgroep** 6](#_Toc146263922)

[**2.1.2.** **Het Groene Boekje of De Dikke Van Dale** 6](#_Toc146263923)

[**2.1.3.** **Aanhalingstekens** 6](#_Toc146263924)

[**2.1.4.** **Afkortingen** 7](#_Toc146263925)

[**2.1.5.** **Bedrijfsnamen** 7](#_Toc146263926)

[**2.1.6.** **Decimalen** 7](#_Toc146263927)

[**2.1.7.** **Fotobijschrift** 7](#_Toc146263928)

[**2.1.8.** **Getallen** 7](#_Toc146263929)

[**2.1.9.** **Hoofdletters** 7](#_Toc146263930)

[**2.1.10.** **Koppen** 8](#_Toc146263931)

[**2.1.11.** **Munteenheid** 8](#_Toc146263932)

[**2.1.12.** **Streepjes** 8](#_Toc146263933)

[**2.1.13.** **Titels** 8](#_Toc146263934)

[**2.1.14.** **Tijdsaanduiding** 8](#_Toc146263935)

[**2.1.15.** **Plaatsaanduiding** 8](#_Toc146263936)

[**2.1.16.** **Gebruik audio/video in een artikel** 8](#_Toc146263937)

[**2.1.17.** **Bronvermelding** 8](#_Toc146263938)

[**2.1.18.** **Gevoelige onderwerpen** 9](#_Toc146263939)

[**2.1.19.** **Politietaal** 9](#_Toc146263940)

[**2.1.20.** **Service-informatie** 9](#_Toc146263941)

[**2.2.** **Radio** 9](#_Toc146263942)

[**2.2.1.** **Quotes** 10](#_Toc146263943)

[**2.2.2.** **Tutoyeren** 10](#_Toc146263944)

[**2.3.** **Televisie** 10](#_Toc146263945)

[**2.3.1.** **Sheets** 10](#_Toc146263946)

[**2.3.2.** **Tutoyeren** 10](#_Toc146263947)

[**2.3.3.** **Titelbalkjes** 10](#_Toc146263948)

[**2.4.** **Social Media** 10](#_Toc146263949)

# Doel van het stijlboek

Het stijlboek moet ervoor zorgen dat er eenduidigheid is op het gebied van taal en vorm op de redactie. Op die manier straalt de omroep duidelijkheid uit richting de mediaconsument, en ontstaat er zo min mogelijk verwarring. Een stijlboek moet ook duidelijk maken op welke manier de omroep items het liefst terug ziet, leest of hoort. Voor nieuwelingen op de redactie is het bovendien een gemakkelijke manier om de stijl van de omroep te ontdekken en uit te dragen.

Elke vorm van journalistiek is gebaseerd op afspraken. In dit stijlboek staan de afspraken volgens welke de redactieleden te werk gaan. Een stijlboek is overigens geen geschrift voor de eeuwigheid, maar onderhevig aan veranderende opvattingen in de beroepsgroep en de samenleving.

# Algemene afspraken

Redacteuren nemen in principe niet deel aan optredens achter gesloten deuren, zoals het informeren van ambtenaren of het bedrijfsleven over een bepaald onderwerp. Uitzonderingen kunnen worden gemaakt in overleg met de hoofdredactie.

Onderwerpen worden vooraf ter toetsing besproken met de hoofdredactie. Pas daarna kan men aan de slag. De hoofdredactie dient voordat een nieuwsuitzending op televisie of internet te zien is, de inhoud ervan goed te keuren, gezien de hoofdredactie daarvoor aansprakelijk is en de hoofdredactie de productie moet kunnen verdedigen tegenover betrokkenen en de mediaconsument. Alleen bij uitzonderingen (denk aan live- uitzendingen of langdurige afwezigheid) kan hiervan worden afgeweken.

Informatie die verzameld wordt voor het maken van artikelen of items dient zo transparant en breed mogelijk beschikbaar te zijn op de redactie (tenzij vertrouwelijkheid dit onmogelijk maakt) om ervoor te zorgen dat bij ziekte of afwezigheid andere collega’s bepaalde berichtgeving over kan nemen. Bij vakantie, verlof of compensatie dien je zelf zorg te dragen voor een goede overdracht van werkzaamheden.

Redacteuren dienen vertrouwelijk om te gaan met informatie die zij verkrijgen doordat zij bij (naam omroep) werken. Dat geldt voor zakelijk overleg in vergaderingen van redactie of projectgroepen, maar ook voor nabesprekingen en voor privégesprekken. Deze voorwaarde geldt ook voor contractanten en stagiairs. Voor allen geldt dat publieke verwijzing naar interne (naam omroep)-aangelegenheden niet is toegestaan zonder voorafgaande goedkeuring door de hoofdredactie.

Redacteuren stellen zich terughoudend op met erkennen dat informatie off the record (vertrouwelijk) is. Dat kan namelijk de journalistieke armslag beperken. Een afspraak dat informatie off the record is, moet van tevoren worden gemaakt en kan niet achteraf door de bron worden bedongen. Nieuws dat off the record is verstrekt, kan niet worden gepubliceerd, tenzij het door twee andere bronnen, waarvan liefst één on the record (openlijk) wordt bevestigd.

Een redacteur probeert complexe verhalen te allen tijde, zonder de feiten onjuist weer te geven of de waarheid geweld aan te doen, om te zetten in begrijpelijke tekst. Daarbij voorkomen we zoveel mogelijk het gebruik van ambtelijke termen of woorden die al lange tijd niet meer in de schrijf- dan wel spreektaal voorkomen. We doen ons best om zo dicht mogelijk bij onze lezers, kijkers en luisteraars te staan, we verplaatsen ons zoveel als mogelijk in hun belevingswereld. Laat complicerende details die voor het verhaal niet essentieel zijn weg.

Onze redacteuren passen hoor en wederhoor toe. Veel nieuws krijgt pas betekenis door de context, respectievelijk door tegenspraak. Wederhoor mag nooit in een item op radio, tv of web ontbreken als er ernstige kritiek, beschuldigingen of verregaande kwalificaties in staan.

Onze omroep respecteert de persoonlijke levenssfeer. Alleen wanneer dat journalistiek relevant is, kan daarop een inbreuk worden gemaakt. Dat geldt in het bijzonder bij zelfmoord. Hier moeten we terughoudendheid betrachten. Een dergelijke terughoudendheid past ook bij het noemen van namen van verdachten. Zeker wanneer iemand een bijzondere/opvallende naam heeft en ook nog eens in een klein dorp woont, is de kans dat een verdachte zijn/haar anonimiteit verliest, erg groot. Daarom volstaat in de meeste gevallen de leeftijd en woonplaats van de verdachte.

We vermelden alleen iemands religie of etniciteit als dat voor het artikel van belang is of tot beter begrip dient. We schrijven dus alleen over bijvoorbeeld ‘moslimjongeren’ als het relevant is te melden dat die jongeren moslim zijn. Datzelfde geldt ook bij bijvoorbeeld verkeersongelukken. Meestal volstaat een leeftijd en de plaats waar de man/vrouw woonachtig is, alhoewel dat laatst ook niet altijd relevant is.

# Afspraak per medium

In dit hoofdstuk zijn de stijlafspraken per medium uitgewerkt.

* 1. **Tekst**

Nieuws omvat meestal een ongewoon feit of een ongewone gebeurtenis die op de belangstelling van de lezer kan rekenen. Waar en wanneer het nieuwsfeit zich heeft afgespeeld, wordt voor in het bericht vermeld, evenals de bron ervan. De rest van het bericht is gewijd aan de vragen hoe en waarom.

Het nieuwsbericht is compact geschreven, in de voltooid tegenwoordige tijd en staat op zichzelf. Het veronderstelt bij de lezer geen kennis van het voorafgaande. Geef zo nodig dus achtergrondinformatie.

Verwerk niet meer informatie in de tekst dan de lezer/luisteraar/kijker nodig heeft om het nieuws te begrijpen. Maar maak de tekst ook niet korter ten koste van de helderheid en begrijpelijkheid. 'Hoe korter, hoe beter' is weliswaar een veel gehoord advies, maar ieder onderwerp, en iedere uitwerking daarvan, heeft zijn eigen ideale lengte.

De actieve werkwoordsvorm is beter (leesbaar) en vaak korter dan de passieve. Soms zijn er toch goede redenen te kiezen voor een lijdende vorm.

Het herlezen van tekst hoort bij het schrijven. Als de tekst af is, kan blijken dat de volgorde verkeerd is, dat het korter kan, dat er iets essentieels vergeten is. Vraag dus altijd of een ander redactielid jouw stuk nog een keer wil nalezen voordat je het plaatst.

* + 1. **Toon**

Artikelen op Dumpert.nl zijn anders geschreven dan die op de site van Dagblad Trouw. Een berichtje op de website van TINA leest heel anders dan een stuk op de website van Beter Horen. Dat heeft alles te maken met de toon van het stuk en die toon heeft weer alles te maken met de doelgroep voor wie het stuk is bedoeld.

Wij zijn een organisatie die schrijft voor alle inwoners van onze streek. Het probleem is alleen dat onder die inwoners er hoogleraren zijn en tieners. Allemaal wonen ze in dezelfde streek en allemaal zouden ze op onze site kunnen kijken en berichten kunnen lezen. Doordat we zo’n breed spectrum aan lezers willen voorzien, kunnen onze berichten geen heel expliciete toon meekrijgen Onze berichten zijn dus redelijk ‘veilig’, algemeen geschreven.

* + 1. **Taalgebruik**

In onze artikelen is het van belang dat we geen woorden gebruiken die mensen niet kennen. Vermijd woorden die je zelf moet opzoeken, maar ook woorden waarover je maar héél even na moet denken. De lezer kan afhaken bij deze woorden en dat willen we niet. Pas hier vooral voor op bij het overnemen van persberichten. De gemeente kan wel spreken van Kangaroe-woningen die geplaatst gaan worden, maar weet jij wat het betekent?

Het taalgebruik moet bovendien herkenbaar zijn voor inwoners van de streek. Gebruik lokale plaatsaanduidingen wanneer ze voor iedereen in de streek bekend zijn, dit voelt dan voor hen alsof één van hén het artikel heeft geschreven.

* + 1. **(naam eigen (streek)omroep)**

De naam van onze eigen (streek)omroep wordt als volgt geschreven: .

* + 1. **Aanspreken eigen doelgroep**

Onze omroep spreekt lezers, kijkers en luisteraars in principe aan met je/jij, tenzij…

* + 1. **Het Groene Boekje of De Dikke Van Dale**

Bij taalkwesties is bij Het Groene Boekje leidend (zie ook: www.woordenlijst.org). Levert dat geen uitsluitsel op dan volgen we de laatste uitgave van De Dikke Van Dale.

* + 1. **Aanhalingstekens**

Bij een compleet citaat wordt de zin afgesloten met een punt, gevolgd door de dubbele aanhalingstekens. Dus niet: Richard Vroom zei: ''Ik vrees het ergste''. Maar wel: Richard Vroom zei: ''Ik vrees het ergste.'' Dat doen we ook als het citaat eindigt met een vraagteken of een uitroepteken: Hij zei: ''Wat een bende!'' en Zij vroegen: ''Wanneer begint het?'' Let op: hier is een laatste punt overbodig.

Maar let opnieuw op: ''Dat is waar'', aldus Van der Tak. Hier komt de komma na de laatste aanhalingstekens, want direct achter het woord waar komt eigenlijk een punt.

* + 1. **Afkortingen**

Bij afkortingen van de namen van bedrijven, instellingen en organisaties proberen we zoveel mogelijk de originele spelling te volgen, maar we zijn zeer spaarzaam met punten in afkortingen en zo mogelijk ook met hoofdletters. ABN AMRO spellen we bijvoorbeeld als ABN Amro. RABO wordt Rabo. Maar ook: Arbo, Cito, Rai. Afkortingen als o.a., m.a.w., d.w.z., t.b.v., t.g.v., j.l., enz. moeten we vermijden.

* + 1. **Bedrijfsnamen**

Veel bedrijven hanteren voor hun naam of voor producten een schrijfwijze die afwijkt van normale taalkundige regels, vooral om een naam ook als logo te gebruiken of om een eerdere fusie te kunnen blijven aangeven. Wij nemen die namen over (bijv: Royal FloraHolland), tenzij de tekst onleesbaar wordt, doordat er te veel hoofdletters worden gebruikt. Bedrijven die kapitalen gebruiken in afkortingen worden met alleen een beginkapitaal geschreven als het gaat om een als woord uitspreekbare afkorting. Voorbeelden: ABN Amro, Logica CMG. Maar: BASF is dus volledig in hoofdletters. Uitspreekbare afkortingen onder de vier letters, zoals WOS, worden ook in kapitalen geschreven.

* + 1. **Decimalen**

Decimalen worden voorafgegaan door een komma, niet door een punt. Correct is: 6,75 procent. Niet correct is (het Angelsaksische) 6.75 procent. Let op: voor de vermelding van tijden, zoals bij sportuitslagen, geldt dat tienden, honderdsten enzovoorts van seconden achter een komma komen, want het betreft hier decimalen. Tussen uren, minuten en seconden (geen decimalen) staan punten. De marathon loop je in 2.08.12 en een 1.500 meter schaats je in 1.57,33.

* + 1. **Fotobijschrift**

Bij de foto op de site kan een fotobijschrift worden geplaatst. Dat is gewenst als duidelijk moet worden gemaakt wie en/of wat er op de foto staat. De fotocredit (vrijwel altijd verplicht, let daar goed op!) staat altijd achter het bijschrift en dan zonder dubbelepunt. Dus: Foto Thierry Schut of: Foto (naam omroep). Is er alleen een fotocredit nodig? Laat dan het woord ‘foto’ weg.

* + 1. **Getallen**

De getallen een tot en met twintig, tientallen, honderd en honderdtallen, duizend en duizendtallen, miljoen en miljard schrijven we in letters. De rest in cijfers: 21, 101, 9.382, 1.000.001. Combinaties als tweehonderd, drieduizend worden aaneengeschreven, maar: vier miljoen, vijf miljard. In enkele gevallen wijken we van deze regels af: om getallen gemakkelijker te vergelijken en om een grotere gelijkvormigheid in de tekst te bewerkstelligen.

Bij percentages en bedragen gebruiken we altijd cijfers: 30 procent (en niet: dertig procent) en 5 euro. In getallen vanaf duizend wordt met een punt gewerkt: 1.350, 13.750, 1.351.950, echter niet in jaartallen en beursindexen. Probeer te voorkomen dat een nieuwe zin, of een kop, met een getal in cijfers begint. Is dat niet te voorkomen, dan wordt het woord na dat getal geschreven in onderkast.

* + 1. **Hoofdletters**

Namen van wetten worden aangegeven met afkortingen en hoofdletters: AOW, WAO, AWBZ.

Maar veelgebruikte afkortingen schrijven we in onderkast: btw, aids, bh, tv etc. Schooltypes schrijven we ook in onderkast: mavo, vmbo, vwo, hbo etc. Om het gebruik van hoofdletters bij wetten te beperken, schrijven we alleen het eerste woord met een hoofdletter als we de wet volledig vermelden: Algemene ouderdomswet, Wet op de arbeidsongeschiktheidsverzekering. Bij wetten waarvan de namen niet worden afgekort, schrijven we ook alleen het eerste woord met een hoofdletter: Wet op de lijkbezorging. Let op: Zorgverzekeringswet is met een hoofdletter, maar dezelfde wet staat ook bekend als de zorgwet, met een kleine letter.

* + 1. **Koppen**

Zoek naar de eenvoudigste, meest directe kop boven een artikel. De kop moet de lading dekken en staat in de tegenwoordige tijd, tenzij het gebruik van de verleden tijd functioneel is. In koppen vermijden we bij voorkeur komma's, puntkomma's, dubbele punten, vraagtekens en uitroeptekens. Ook aanhalingstekens proberen we te vermijden. Gebruik in koppen alleen afkortingen die algemeen bekend zijn en zo min mogelijk lidwoorden en woorden als van en aan. Een citaat in een kop staat tussen enkele aanhalingstekens bijv: ‘Koopzondagen zijn goddeloos’ Maar geen aanhalingstekens als het citaat wordt toegeschreven: Van der Tak: Koopzondagen zijn goddeloos. Het citaat begint dan met een kapitaal.

* + 1. **Munteenheid**

Gebruik bij vermelding van valuta geen aanduidingen als $ of €, ook geen hoofdletters. Dus dollar, euro. Met de munttekens leest een tekst niet lekker. Bijvoorbeeld: Tegen een vonnis van de kantonrechter kan men in beroep gaan bij het gerechtshof, mits het belang hoger is dan € 1.750. Dat leest minder lekker dan: Tegen een vonnis van de kantonrechter kan men in beroep gaan bij het gerechtshof, mits het belang hoger is dan 1.750 euro.

* + 1. **Streepjes**

Wanneer de uitspraak van een (samengesteld)woord in het geding komt, gebruik je een verbindingsstreepje, anders niet bijv: bomonderzoek en niet bom-onderzoek.

* + 1. **Titels**

Titels van films, boeken, cd’s en theaterstukken worden cursief geschreven. In de titel gebruiken we behalve bij de beginletter geen kapitalen.

* + 1. **Tijdsaanduiding**

Voor de tijdsaanduiding in uren en minuten gebruiken we vier cijfers, waarbij het 24-uursysteem gevolgd wordt: 01.00 uur en 23.15 uur (niet: 1.00 uur of 11.15 p.m.). We gebruiken een punt, geen dubbelepunt. Vermijd misverstanden: ''Na 1 uur werd de handel gestopt.'' Het is onduidelijk of er een uur gehandeld was, of dat er na 13.00 uur niet meer gehandeld werd. Correct is: ''Na 13.00 uur werd de handel gestopt.'' Vergelijk de volgende notaties: 1 minuut, 36 seconden en 14 honderdste wordt 1.36,14. En 1 uur, 0 minuten en 15 seconden wordt 1.00.15.

* + 1. **Plaatsaanduiding**

Omdat we nieuws brengen met nieuws uit de hele streek, werken we met plaats duiding in de eerste alinea van een bericht. Dus bijvoorbeeld: ‘PURMEREND – In de nacht van…’

* + 1. **Gebruik audio/video in een artikel**

Radio- en videofragmenten worden ook op de website geplaatst. Dat doen we bij voorkeur door de items een element te laten zijn in een groter verhaal. We willen dat de video iets toevoegt, en niet dat het eigenlijk een complete herhaling is van wat er ook in het verhaal staat. Dat kan bijvoorbeeld door in het verhaal een extra bron aan te halen.

Kan dat niet? Houd het online-verhaal dan kort en bondig. Verwerk de kern (wie, wat, waar, wanneer &

hoe) in de lead, aangevuld met een tot drie alinea’s (met bijvoorbeeld enkele quotes).

* + 1. **Bronvermelding**

Meestal brengen we eigen nieuws, maar vaak brengen we ook nieuws dat anderen ook brengen. In dit soort situaties doet zich de vraag voor of het nodig is te verwijzen naar anderen. Als je het geschreven bericht gebaseerd hebt op onafhankelijke informatie - eigen interviews, eigen waarneming ter plaatse of uit een onafhankelijke bron zoals een persbericht - is het niet nodig om te verwijzen naar anderen. Ook als je voor het gemak een artikel van een andere organisatie als voorbeeld neemt, maar er geen informatie in staat waarover je zelf niet beschikt, hoef je niet te verwijzen.

Maar, is het zo dat bijvoorbeeld het Noord-Hollands Dagblad spreekt met een getuige van een ongeluk, en jij hebt die getuige niet gesproken, maar je voert hem/haar wel op in je artikel, dan moet je aan bronvermelding doen. ‘“Ik zag het allemaal voor mijn ogen gebeuren”, vertelde een van de omstanders aan het Noord-Hollands Dagblad.’

Het vermelden van de bron is ook belangrijk als je zelf niet weet of de informatie klopt. Als een ander medium aanwijzingen heeft dat de een bepaalde brug niet aan de veiligheidseisen voldoet en daar een groot verhaal over maakt, maar wij zelf die informatie niet hebben, en er toch een artikel over willen schrijven, zal de kop zijn: (naam ander medium): ‘Melkwegbrug levensgevaarlijk’. Hiermee dek je je als het ware in omdat je de informatie toeschrijft aan iemand anders. Toch blijft zorgvuldigheid geboden want je bent uiteindelijk verantwoordelijk voor het nieuws op je eigen platform, of dit nu via anderen komt of niet.

* + 1. **Gevoelige onderwerpen**

Wij spreken in onze berichtgeving over witte mensen, niet over blanke mensen. Mocht het voorkomen dat je iemand interviewt die zich als non-binair identificeert, vermijd dan alle voornaamwoorden (zij en hij, maar gebruik ook geen ‘hen’). Daar omheen schrijven kan door iemands voornaam te gebruiken.

Er wordt geen onderscheid gemaakt tussen man en vrouw bij beroepen. Een vrouwelijke presentator is gewoon een presentator. Wij spreken dan ook niet van een woordvoerster. De enige uitzondering hierop is bij sport, omdat dit gaat om aparte klassen en het verschil daarom van belang is.

Wij spreken als we het hebben over de niet-heterogemeenschap over de LHBTIQ+-gemeenschap.

Als je een onderwerp schrijft waar trans personen in voorkomen of dat over trans personen gaat, volg dan de mediawijzer van het Transgendernetwerk.

Een verdachte van een misdrijf is altijd dat: een verdachte. We schrijven in onze tekst dus ook niet over ‘heeft x gedaan’, maar over ‘verdachte van x’. Pas als het onomstotelijk vaststaat dat iemand schuldig is (bijv. door bekentenis of veroordeling) spreken we van een dader.

* + 1. **Politietaal**

Politietaal als ‘aanvliegende traumahelikopter’, ‘ter plaatse’ of ‘auto te water’ proberen we zo veel mogelijk te vermijden. Gebruik woorden die je ook zou gebruiken als je het verhaal aan een vriend(in) zou vertellen.

Gebruik begrijpelijke taal. Dus niet: ‘er zijn twee overleden personen aangetroffen’ maar ‘er zijn twee doden gevonden’. En: geen ‘steekincident’, maar ‘steekpartij’ (of nog liever: ‘man steekt vrouw neer’). Het woord incident proberen we te allen tijde te vermijden.

Een ‘woning’ is een huis, villa, rijtjeshuis, flat of een appartement.

* + 1. **Service-informatie**

Soms zul je bij het schrijven informatie tegenkomen die je aan de inwoner wil melden, maar die geen onderdeel is van je verhaal. Als je schrijft over een lokale acteur die in een nieuwe bioscoopfilm speelt, is het netjes om te vermelden wanneer deze film in de bioscoop te zien zal zijn. Als je schrijft over een borstbeeld dat door iemand gemaakt is en onthuld zal worden, is het aardig om de luisteraar te melden wanneer dat gaat gebeuren. Dit soort service-informatie plaats je helemaal onderaan je artikel in cursief.

Let op: soms is de informatie zo belangrijk voor het verhaal dat je het niet moet bewaren tot helemaal onderaan. Als je een artikel gaat maken over het feit dat bekend is gemaakt wanneer Sinterklaas aankomt, is het een beetje raar om dat pas helemaal onderop te melden, het is tenslotte de reden dat je het verhaal schrijft.

*Meer informatie over het gebruik van een cursief lettertype is te vinden op de site ikhouzovancursief.nl*

* 1. **Radio**

Op radio zijn we vooral actief op het gebied van nieuwslezen. In principe kenmerkt ons nieuwsbulletin zich door vier berichten, waarvan meestal twee nieuwsberichten en een sportbericht, en afsluitend een weerbericht. Een bulletin voor radio bestaat uit korte en duidelijke berichten, die helder overkomen. Dus vermijdt percentages en opsommingen. Een nieuwsbulletin wordt zoveel mogelijk geschreven in spreektaal. Een radionieuwsberichtje is maximaal twee tot drie alinea’s lang.

* + 1. **Quotes**

Steeds vaker gebruikt men ook quotes in het radionieuws. Dit heeft als doel het bulletin te verlevendigen en emotie over te brengen. Feitelijkheden worden uitgesproken door de nieuwslezer, tenzij bijvoorbeeld een politiewoordvoerder uitleg geeft over een aantal belangwekkende zaken. Het gebruik van quotes wordt sterk aangemoedigd.

* + 1. **Tutoyeren**

Indien van tevoren afgesproken, kan worden getutoyeerd in een uitzending. Vaak kan het wel handig zijn dit aan het begin van de uitzending te benoemen, zo voorkom je dat je als brutaal overkomt op een luisteraar. We tutoyeren nooit bij mensen in een politieke functie, zoals raadsleden, wethouders en de burgemeester. Daarmee behouden we op die manier een zekere afstand.

* 1. **Televisie**

Wanneer we een nieuwsbulletin maken is deze ook gebaseerd op een standaard format. In principe kenmerkt een dit nieuwsbulletin zich door diverse items die iets langer (max 2.30 min) of iets korter (minimaal 20 seconden) zijn. Uitgangspunt bij een tv-item (met uitzondering van de kortjes) is dat er tenminste twee sprekers in een item zitten, tenzij dit compleet niets toevoegt aan de inhoud van het item.

Bij politiek gevoelige uitspraken dient er altijd om wederhoor te worden gevraagd. Indien dit niet gegeven wordt/kan worden, is het ook van belang dit in het item te melden, zodat de kijker weet dat wij er alles aan gedaan hebben om wederhoor te plegen.

* + 1. **Sheets**

Bij onze omroep willen we zo transparant mogelijk naar elkaar zijn. Daarom is het van belang om bij te houden wie voor welk item is gesproken en kort uit te leggen wat diegene heeft gezegd. Ook dienen we items voor te bereiden door middel van een sheet waarop achtergrondinformatie staat over het onderwerp, de spreker(s) en de locatie(s). Op die manier zijn items ook gemakkelijker uit te wisselen en kan een collega bij ziekte of afwezigheid ook gemakkelijker werk overnemen. Verder geeft het ook duidelijkheid voor de eindredactie, die zo kan zien hoe een item voorbereid is. Contactgegevens worden opgeslagen in een centraal en overzichtelijk systeem, zodat ze in de toekomst wederom gemakkelijk benaderbaar zijn. In verband met de AVG (privacywet) is het van belang om zoveel mogelijk gegevens te bundelen in een centraal systeem, zodat het ook gemakkelijk is om iemand uit dat systeem te verwijderen.

Een nieuwsbulletin wordt zoveel mogelijk voorzien van spreektaal. Probeer opsommingen te voorkomen of maak ze visueel. Anders blijft deze informatie niet bij de kijker hangen, terwijl dat juist het doel is.

* + 1. **Tutoyeren**

Indien van tevoren afgesproken, kan worden getutoyeerd in een uitzending. Vaak kan het wel handig zijn dit aan het begin van de uitzending te benoemen, zo voorkom je dat je als brutaal overkomt op een luisteraar. We tutoyeren nooit bij mensen in een politieke functie, zoals raadsleden, wethouders en de burgemeester. Daarmee behouden we op die manier een zekere afstand.

* + 1. **Titelbalkjes**

Bij titelbalkjes is de bovenste regel altijd de naam en de onderste iemand zijn of haar functie. Bij namen gebruiken we uiteraard hoofdletters, bij de functie alleen bij namen. De functie zelf niet. Dus bijvoorbeeld: ‘woordvoerder NS’. Anders is natuurlijk wel woorden of functies die altijd met een hoofdletter beginnen, zoals ‘Tweede Kamerlid’. Politici worden getiteld met naam gevolgd door partij. Bijvoorbeeld: Mark Rutte (VVD). In de titel komt dan de functie die de politicus uitoefent. De Koning wordt niet getiteld, daarvan wordt verondersteld dat iedereen hem kent.

* 1. **Social Media**

De sociale media kenmerken zich door hun lossere toon. Wees terughoudend met het gebruik van emoticons en emoji’s bij berichten, vermijdt ze wanneer het om zeer gevoelige of emotionele onderwerpen gaat. Maak bij verwijzingen wel nieuwsgierig makende teksten (teasen) zodat dat men meer wil lezen, maar voorkom clickbaits.

Welk medium met welk doel ingezet wordt is terug te vinden in het media-aanbodbeleidsplan.