

Komt de gemeente Soest via haar persbeleid
'Zichtbaar dichtbij'
haar inwoner?

Datum publicatie	4 juni 2012
Instituut	Hogeschool Utrecht
Organisatie	Gemeente Soest
Opdrachtgever	Jeannet Kool
Titel	<i>Komt de gemeente Soest via haar persbeleid 'Zichtbaar dichtbij' haar inwoner?</i>
Auteur	Simone Loode
Studentnummer	1577278
Scriptiebegeleider	Ben Wouters
Stagebegeleiders	Anne Weijman & Roel Frenken



Voorwoord

Tijdens het uitvoeren van het onderzoek en het schrijven van dit rapport heb ik veel steun en advies gehad van mijn begeleiders Anne Weijman en Roel Frenken van de gemeente Soest. Het was voor mij een pittige opdracht en zij hebben mij enorm geholpen. De andere collega's Karen Groenendijk, Danielle de Nijs, Annemiek Vermeer, Fenna Luiting, Nina van Beusichem en Carrien Eenhoorn wil ik graag bedanken voor de steun en adviezen de afgelopen periode. Graag wil ik Jeannet Kool bedanken, voor het in mij gestelde vertrouwen om deze opdracht uit te mogen voeren.

Ben Wouters, mijn begeleider van de Hogeschool Utrecht ben ik zeer dankbaar. De begeleiding, het advies en geruststellende woorden hebben mij geholpen om dit rapport te realiseren.

Managementsamenvatting

In 2010 is er een nieuw college van B&W aangetreden bij de gemeente Soest. Dit college heeft een collegeprogramma opgesteld met het motto; Soest, waar iedereen meetelt. In dit collegeprogramma is extra aandacht gegeven voor communicatie en participatie. Voor dit onderdeel is dan ook een communicatie nota geschreven, de nota Zichtbaar Dichtbij. Een van de punten uit deze nota is een evaluatie van het persbeleid. Voor dit onderdeel is dit rapport geschreven.

Om het persbeleid te evalueren is in november de volgende hoofdvraag geformuleerd:

Sluit de berichtgeving over de gemeente Soest in de verschillende media, op basis van de berichtgeving die zij zelf uitzendt, aan op de uitgangspunten uit Zichtbaar Dichtbij?

Aanvullend op deze hoofdvraag zijn ook een aantal deelvragen geformuleerd, waarmee uiteindelijk de hoofdvraag beantwoord is. De volgende deelvragen stonden centraal:

1. Wat is het huidige persbeleid van de gemeente Soest?
2. Wat valt op in de berichtgeving over Gemeente Soest in de lokale en regionale media.
3. Sluit de gemeente Soest in haar eigen berichtgeving aan op de uitgangspunten die staan omschreven in Zichtbaar Dichtbij?

Door middel van kwalitatieve onderzoeksmethoden is antwoord gezocht op deze vragen. Er zijn analyses uitgevoerd over berichtgeving in lokale en regionale kranten en op de website van RTV Utrecht. De eigen berichtgeving die de gemeente uitzendt is geanalyseerd. Daarnaast hebben er interviews plaats gevonden met journalisten en redacteuren en is het persbeleid van vier andere gemeenten opgevraagd om een vergelijking te kunnen maken.

Het huidige persbeleid is vastgelegd in een B&W nota uit 2010. Hierin staat dat de berichtgeving naar de pers is onder te verdelen in persberichten, het persgesprek en persvragen via de perstelefoon. Bij rondvraag in andere gemeenten, blijkt dat er niet in alle gemeenten een persbeleid is opgesteld. Daarnaast blijken er ook veel overeenkomsten te zijn. Zo is er bij drie andere gemeenten ook sprake van een persgesprek en komen alle persvragen ook bij het cluster Communicatie binnen. In de communicatienota Zichtbaar Dichtbij, staan een aantal punten die van toepassing zijn op het persbeleid. Zo staat hierin dat duurzame relaties vanzelfsprekend zijn en dat de gemeente Soest in haar berichtgeving moet aansluiten bij de beleving van de inwoner. Van buiten naar binnen denken. Als belangrijk ander punt wil de gemeente graag de contactmomenten zichtbaar maken voor de inwoners van Soest.

In de berichtgeving over de gemeente Soest viel op dat de meeste berichten geschreven worden naar aanleiding van een persbericht. Daarnaast zijn de meeste verschenen artikelen positief of neutraal geformuleerd. Wat jammer is voor de gemeente Soest, is dat er weinig gebruik wordt gemaakt van citaten in artikelen. Wel behoort het nieuws over de gemeente Soest vaak tot een van de grootste artikelen. Opvallend was dat de website van RTV Utrecht geen artikelen heeft geplaatst in de onderzoeksperiode.

Bij het contact met de pers is het cluster Communicatie verantwoordelijk voor de coördinatie. De berichtgeving die de gemeente Soest uitzendt naar de pers, voldoet nog niet in alle gevallen aan de uitgangspunten uit Zichtbaar Dichtbij. Het cluster Communicatie heeft vanuit de expertise een aantal criteria opgesteld wat Zichtbaar Dichtbij communiceren betekent. De berichten die de gemeente Soest heeft verzonden heb ik op deze criteria getoetst. De criteria zijn aangevuld met theorie, over hoe de gemeente dicht bij de inwoner kan komen in berichtgeving. Ook in interviews gaven journalisten aan dat de manier van schrijven niet aansluit bij de berichtgeving die de media plaatsen. Vaak vinden zij het formeel geschreven, of staat het nieuws niet direct voor aan. Het nieuws is niet zo geschreven dat dit dichtbij een inwoner komt, vaak moeten journalisten de berichten herschrijven. Dit vinden zij daarentegen ook hun taak als journalist zijnde. Zij zijn wel tevreden over de inhoud, de lengte en de hoeveelheid van persberichten. Over het contact met de gemeente Soest zijn zij over het algemeen erg positief.

Conclusie

Als conclusie kunnen we stellen dat de gemeente Soest in haar eigen berichtgeving nog niet altijd aansluit op de uitgangspunten uit Zichtbaar Dichtbij. Onder andere dit resulteert erin dat de berichtgeving die de media publiceren ook niet zichtbaar dichtbij geschreven zijn. Hier spelen verscheidene zaken in mee, zoals het feit dat journalisten een Intermediair Kader vormen. Zij zijn een tussenpersoon, met een geheel eigen rol, doel en verantwoordelijkheid; berichtgeving wordt niet direct geplaatst zoals de gemeente dat zou willen. Ook het herschrijven, en hierbij het fenomeen framen kan voor de gemeente verkeerd uitpakken. Wel kunnen we zeggen dat de invloed van de media beperkt is en dat de gemeente daarom ook op andere manieren met de inwoner in contact moet gaan als zij berichten bij de inwoner terecht willen laten komen. Hier kan onder andere social media misschien een rol in spelen.

Aanbevelingen

➤ *Beeldbank*

Als aanbeveling aan de gemeente Soest geef ik dan ook een aantal punten mee. Zo is het verstandig om een beeldbank aan te leggen met foto's. Op die manier kan er bij het verzenden van persberichten vaker een foto meegestuurd worden. Dit maakt de kans op plaatsing van een artikel groter, aldus de journalisten. Daarnaast kan de gemeente door zo'n beeldbank juist dichtbij een inwoner komen. Op deze foto's kunnen contactmomenten tussen bestuur en inwoner zichtbaar gemaakt worden.

Een ander aandachtspunt uit het collegeprogramma is participatie. Deze participatietrajecten kunnen extra in de aandacht gezet worden, zodat het voor een inwoner zichtbaar wordt dat hij of zij mee kan denken en doen met de gemeente bij het ontwikkelen van beleid.

➤ *Richtlijn medewerkers*

Een tweede aanbeveling is; stel een richtlijn beschikbaar voor medewerkers zodat zij weten hoe ze een persbericht moeten schrijven, en hoe zo'n bericht Zichtbaar Dichtbij geformuleerd wordt. De persberichten worden, door de decentrale communicatiestructuur, namelijk geschreven door de medewerkers van alle afdelingen. Wanneer te allen tijde een handleiding beschikbaar is, kunnen zij wellicht makkelijker en betere berichten schrijven. Een bericht dat dichtbij de inwoner komt, maar immers meer kans om geplaatst te worden.

➤ *Proactieve houding*

Bij het uitsturen van berichtgeving, kan de gemeente rekening houden met de rol van de journalist. De journalist bepaalt namelijk wat nieuws is. Daarom raad ik aan om een proactieve houding richting de pers aan te nemen. Dit betekent geen afwachtende houding, maar actief contact zoeken met de pers door bijvoorbeeld een themabijeenkomst te organiseren of de pers zelf op te bellen om hen bij te praten over een onderwerp.

➤ *Rol social media*

Als laatste aanbeveling geef ik mee dat, gezien de invloed van media beperkt is, directer contact te zoeken met de inwoner. Via bijvoorbeeld social media is deze mogelijkheid er. Op dit moment verstuurt de gemeente persberichten al via Twitter, maar het is niet duidelijk wie de volger is op Twitter en wat er met zo'n bericht gebeurt. Door dit te onderzoeken, maar ook of de inwoner wel behoefte heeft aan contact via social media, is er aanvullend onderzoek nodig. Door aan te sluiten op het mediagebruik van de inwoner, kan de gemeente echt dichtbij de inwoner van Soest en Soesterberg komen.

Inhoudsopgave

Inleiding	9
1. Aanleiding.....	10
Gemeente Soest	10
Doelstellingen.....	12
Hoofdvraag en deelvragen.....	12
2. Onderzoeksplan.....	14
Onderzoeksdoelgroepen.....	14
Methoden.....	15
3. Theoretisch kader	17
3.1 Definitie van pers, persbeleid en media	17
3.2 Wat zijn de effecten van media?	19
3.3 Commissie Wallage	21
3.4 Communicatiekruispunt	21
3.5 Intermediaire kaders & framing	22
3.6 Hoe werken de media.....	22
3.7 Wat betekent dit voor de gemeente Soest	25
4. Beantwoording van de deelvragen	27
5. Beantwoording van de hoofdvraag	38
6. Aanbevelingen.....	39
Aandachtspunten	43
Literatuurlijst.....	44
Bijlagen	47
Interne en externe analyse.....	48
Organogram Gemeente Soest	52
Passage: Collegeprogramma.....	53
Passage: Communicatienota Zichtbaar Dichtbij	55
Nota: Persbeleid gemeente Soest.....	62
Analyseschema's.....	66
Resultaten.....	67
Uitgestuurde persberichten.....	73
Zijn de persberichten' Zichtbaar Dichtbij' geschreven?	74
Interviews	78
Interview Soester Courant.....	79
Interview Gooi- en Eemlander.....	81
Interview AD Amersfoortse Courant.....	83
Interview RTV Utrecht.....	85
Schriftelijke vragen Soest Nu	87
Voorbeeld: Richtlijnen gemeente Waalwijk	88

Inleiding

Voor u ligt het rapport voor de gemeente Soest. Dit rapport is geschreven naar aanleiding van een vraag die de gemeente Soest in november 2011 heeft gesteld aan mij. Sluit de berichtgeving in de lokale en regionale media aan, bij de uitgangspunten uit de communicatienota Zichtbaar Dichtbij¹? Deze vraag had de gemeente naar aanleiding van het collegeprogramma 2010-2014² dat in 2010 is opgesteld. In dit collegeprogramma had het college van B&W uit Soest aangegeven dat communicatie en participatie met de inwoner extra aandacht kreeg. Onder andere via de pers communiceert de gemeente Soest met haar inwoners. Daarom was de vraag van de gemeente onder andere, sluit ons huidige persbeleid wel aan bij de communicatienota die naar aanleiding van het collegeprogramma is geschreven?

Met deze vragen ben ik begonnen met een onderzoek. De vraag die in dit onderzoek centraal stond was de volgende:

Sluit de berichtgeving over de gemeente Soest in de verschillende media, op basis van de berichtgeving die zij zelf uitzendt, aan op de uitgangspunten uit Zichtbaar Dichtbij?

Aan de hand van deelvragen en verschillende soorten onderzoek heb ik bovenstaande vraag beantwoord. Dit rapport is bedoeld voor het cluster communicatie van de gemeente Soest. Er wordt antwoord gegeven op de hoofdvraag en deelvragen en aan het eind vindt u aanbevelingen. Die aanbevelingen zijn erop gericht om de berichtgeving over Soest, te laten aansluiten bij de communicatienota 'Zichtbaar Dichtbij'.

In dit rapport vindt u achtereenvolgens een beschrijving van de gemeente Soest en de doelstellingen van het beleid en die van het onderzoek. Ook ziet u in dat hoofdstuk wat de bijbehorende deelvragen zijn. Daarna leest u in hoofdstuk 2 hoe het onderzoek heeft plaatsgevonden. Hoofdstuk 3 biedt u een inzicht in de relevante theorieën die met dit onderwerp gemoeid zijn. In hoofdstuk 4 worden de deelvragen beantwoord aan de hand van de resultaten verkregen uit het onderzoek. Aansluitend leest u in hoofdstuk 5 & 6 de conclusies en aanbevelingen.

¹ Gemeente Soest (2010) Communicatienota Zichtbaar Dichtbij. Intern document.

² Gemeente Soest (2010) Collegeprogramma 2010-2014: Soest, waar iedereen meetelt.

1. Aanleiding

In dit hoofdstuk vindt u een overzicht van de organisatie, de gemeente Soest. In het kort komt de organisatieopbouw aan bod, door u een introductie te geven in de opbouw van het bestuur en de missie en kernwaarden van de organisatie. Vervolgens komt de opbouw van de organisatie kort aan bod en aansluitend kunt u hier lezen welke vraag de gemeente Soest heeft en welke reden er is om een onderzoek uit te voeren.

Gemeente Soest

De gemeente Soest is een middelgrote gemeente. In de gemeente wonen 45.613 mensen³ verspreid over twee kernen, namelijk Soest en Soesterberg.

Bestuur

De directie van de gemeentelijke organisatie bestaat uit de gemeentesecretaris en de adjunct secretaris. Het dagelijks bestuur wordt gevormd door het college van B&W. Aan het hoofd van dit dagelijks bestuur staat de gemeenteraad.

Op 31 maart 2010 zijn de vier wethouders benoemd, naar aanleiding van de gemeenteraadsverkiezingen. Het college van B&W bestaat uit Gemeentebelangen Groen Soest, CDA, GroenLinks en D66. De strategie die de gemeente heeft, wordt voor een groot deel gedreven door politieke programma's van het college en de gemeenteraad. De gemeenteraad bestaat uit 9 partijen en 29 raadsleden. De coalitie heeft een meerderheid van 15 van de 29 zetels.

Missie en kernwaarden

Bij het aantreden van het college, is er een collegeprogramma geschreven. In het collegeprogramma is grote nadruk gelegd op communicatie en participatie. Het motto van de collegeverklaring luidt: Soest, waar iedereen meetelt. Aansluitend is de volgende missie weergegeven: 'Samen actief voor Soest'. Op basis van de missie en visie van de organisatie hanteert de gemeente Soest een aantal organisatieprincipes. De organisatieprincipes zijn:

- De raad stelt kaders, controleert en communiceert met de samenleving en heeft waardering voor de door ons geleverde bijdragen;
- Het college houdt zich bezig met de besturing van de lokale samenleving, is gericht op betrokkenheid en participatie van inwoners en organisaties in het democratisch beleids- en besluitvormingsproces en heeft vertrouwen in onze adviezen en uitvoering;
- Organiseren is een doorlopend proces dat gebruik maakt van natuurlijke momenten, urgentiebesef en sterke cultuuraspecten. De cultuur die we in Soest nastreven is dat medewerkers van nature samenwerken en elkaar opzoeken, mensen bij elkaar komen en die voor elkaar, en de totstandkoming van producten voor onze inwoners, een meerwaarde hebben. De kern is dienstbaarheid aan de samenleving met het bestuur als tussenschakel.⁴

Uit de missie die de gemeente hanteert vloeien een aantal kerndoelen voort. Deze kerndoelen zijn:

- Het leveren van excellente publieke dienstverlening;
- Het inspelen op vragen en verwachtingen van burgers ten aanzien van het leven en wonen in Soest;
- Het inspelen op nieuwe ontwikkelingen die op ons afkomen en die van invloed zijn op onze organisatieontwikkeling.⁵

Vanuit deze kerndoelen werkt de gemeente Soest met kernwaarden. De kernwaarden die in gedachten gehouden worden zijn:

- durf & drive;
- klant- en naar buitengericht;
- samenwerken aan resultaat.⁶

³ Gemeente Soest (2012) *Aantal inwoners op 1 januari 2012*.

⁴ Gemeente Soest (2012) Concept afdelingsplan bedrijfsvoering 2012-2014. Intern document.

⁵ Gemeente Soest (2012) Concept afdelingsplan bedrijfsvoering 2012-2014. Intern document.

⁶ Gemeente Soest (2012) Concept afdelingsplan bedrijfsvoering 2012-2014. Intern document.

Organisatie

De gemeentelijke organisatie heeft drie pijlers, namelijk: Beleid, Uitvoering en Bestuur en managementondersteuning. Onder deze pijlers zijn de volgende afdelingen samengesteld; Ruimte, Samenleving, Bedrijfsvoering, Facilitaire Zaken, Financiën en Informatie, Dienstverlening, Realisatie en Werk. Daarnaast bevinden zich in de organisatie ook het Projectenbureau en de Sociale Dienst Baarn, Bunschoten, Soest (BBS).

In de bijlagen vindt u een organogram met de organisatiestructuur van de gemeente.

De omgangsvorm binnen de gemeente is informeel, de lijnen tussen collega's zijn kort. Daarnaast wil de gemeente het beste uit haar medewerkers halen. Daarnaast wil de gemeente een 'lerende organisatie' zijn. Dit doet zij door in medewerkers te investeren, door hen trainingen en opleidingen te bieden.⁷

In de organisatie van de gemeente Soest werken ongeveer 280 mensen. De gemiddelde leeftijd van deze werknemer is 46,6 jaar en er werken iets meer vrouwen dan mannen.⁸

Cluster Communicatie

Het cluster Communicatie valt onder de pijler Bestuur en Managementondersteuning en is verder onder gebracht bij de afdeling Bedrijfsvoering. Binnen het cluster werken er drie leefbaarheidadviseurs, vier communicatieadviseurs en een webeindredacteur. Bij de gemeente Soest is er een decentrale communicatiestructuur. Dit houdt in dat iedere afdeling en medewerker zelf verantwoordelijk is voor de communicatie, maar dat daarbij ondersteuning en advies gevraagd kan worden bij het cluster Communicatie.

Zichtbaar Dichtbij

In navolging op het collegeprogramma heeft het College van B&W een discussienota communicatie en participatie opgesteld. In deze discussienota staat een visie weergegeven, hoe hier invulling aan gegeven kan worden en hoe de gemeente dit gaat doen. Volgend op deze nota is het communicatiebeleid 'Zichtbaar Dichtbij' geschreven voor 2011-2014.

In Zichtbaar Dichtbij wordt aangegeven dat de gemeente 'werkt voor de samenleving en deze ook centraal stelt'. De titel Zichtbaar Dichtbij komt voort uit de gekozen strategie, namelijk dichtbij contact maken met inwoners van Soest. Het contact met die inwoners wil de gemeente proberen persoonlijker te maken. Niet 'u als inwoner en wij als gemeente'.⁹

De gemeente wil met deze strategie aan bewoners laten zien dat zij de inwoners van Soest écht ziet en waardeert en waar mogelijk ook betreft. Dit wil zij onder meer doen door gebruik te maken van passende media, persoonlijk contact, toegankelijk schrijven en het gebruiken van 'klare taal'. Dit betekent dat de gemeente zich kwetsbaar moet durven opstellen, open moet zijn en fouten en overlast benoemen en zo nodig ook excuses aanbieden.

Waarom onderzoek

Een van de punten die in het communicatiebeleid uitgelicht wordt is een evaluatie van het persbeleid. Om gebruik te maken van passende media, is het belangrijk om te weten welke ontwikkelingen er zijn op het gebied van media. Hier is al onderzoek naar gedaan binnen de gemeente. De vraag die de gemeente nu heeft is hoe de pers omgaat met berichtgeving die de gemeente Soest zelf zendt. Wat hierbij belangrijk is, is om te achterhalen welke berichten wel worden overgenomen door de pers en welke niet. Dit wil de gemeente graag omdat zij dichtbij de inwoners wil komen. Volgens de gemeente Soest kan dit onder andere als de berichten die de gemeente verstuurt, ook daadwerkelijk aankomen bij de inwoners. Zij denkt dat de gemeente via de pers, dichtbij de inwoners kan komen.

⁷ Gemeente Soest (2012), Sociaal jaarverslag 2011. Intern document.

⁸ Gemeente Soest (2012), Sociaal jaarverslag 2011. Intern document

⁹ Gemeente Soest (2011) Zichtbaar Dichtbij, communicatiebeleid 2011-2014. Intern document.

Doelstellingen

Dit onderzoek vormt een evaluatie van het huidige persbeleid en moet de vraag beantwoorden of deze aansluit bij de communicatienota Zichtbaar Dichtbij. Om hier achter te komen zal er gekeken worden naar thema's die als relevant worden ervaren door de verschillende media en hoe deze geplaatst worden.

Het doel is om het huidige persbeleid te evalueren en om daarnaast te kijken of dit persbeleid aansluit op de communicatienota Zichtbaar Dichtbij.

Doelstelling van het beleid:

- Zichtbaar dichtbij de inwoners van Soest staan. Contact persoonlijk maken.
- Passende media inzetten

Doelstelling van het onderzoek:

- Evalueren van het huidige persbeleid en of deze aansluit bij de nota Zichtbaar Dichtbij.

Hierbij zal het onderzoek verkennend en evaluerend zijn. Eerst zal er in kaart gebracht moeten worden hoe de media nu de berichtgeving van en over de gemeente Soest verwoordt. Daarnaast is het belangrijk om te zien welke berichten, die de gemeente zelf uitstuurt, wel en niet door de kranten geplaatst worden en in welke vorm.

Als volgende punt komen we bij de evaluatie van het huidige beleid. Wat is er effectief binnen het huidige beleid en zijn er aspecten die veranderd kunnen worden om dichterbij de inwoners van Soest te staan.

Dit onderzoek is er voor de gemeente Soest, om een beeld te krijgen van de huidige berichten in de lokale kranten en op één regionale website. Daarnaast vindt er onderzoek plaats onder journalisten van deze media. Ook zal ik kijken naar het persbeleid dat andere gemeenten hanteren.

Hoofdvraag en deelvragen

Om het onderzoek uit te voeren ben ik begonnen met het formuleren van de hoofdvraag. Aan de hand van deze hoofdvraag, zijn er aanvullende deelvragen opgesteld. Aan de hand van de deelvraag wordt uiteindelijk de hoofdvraag beantwoord. Hieronder ziet u de hoofdvraag met achtereenvolgens de deelvragen.

Hoofdvraag

Sluit de berichtgeving over de gemeente Soest in de verschillende media, op basis van de berichtgeving die zij zelf uitzendt, aan op de uitgangspunten uit Zichtbaar Dichtbij?

Operationalisering

Berichtgeving

Met berichtgeving wordt in dit onderzoek bedoeld; alle berichten die gedurende de onderzoeksperiode verschijnen in verschillende media, naar aanleiding van gesproken of geschreven berichten die de gemeente zelf zendt. Dit kan dus door middel van persberichten, antwoorden op persvragen via de telefoon en onderwerpen tijdens het persgesprek.

Verschillende media

Met verschillende media worden in dit onderzoek media bedoeld op verschillende niveaus. Specifiek zijn dit de volgende;

Lokale media:

Dit zijn twee kranten. Deze kranten zijn de Soester Courant (abonnementskrant) en de Soest Nu (huis-aan-huis krant).

Regionaal:

Er zijn twee kranten en één RTV zender. De kranten zijn het AD – Amersfoortse Courant en de Gooi en Eemlander. Er wordt een editie uitgebracht genaamd Eemland, voor het gebied Soest, Baarn, Bunschoten. De RTV zender is RTV Utrecht. Bij dit onderzoek wordt de website van RTV Utrecht betrokken. Hier worden nieuwsitems geplaatst uit de regio Utrecht, waar de gemeente Soest onder valt. De nieuwsberichten zal ik op dezelfde wijze analyseren als de krantenberichten.

Om antwoord te kunnen geven op de hoofdvraag zijn verschillende deelvragen relevant.

Deelvragen

Evaluerend:

1. Wat is het huidige persbeleid van de gemeente Soest?

Op deze deelvraag geef ik antwoord door te kijken op welke manier de gemeente berichten zendt. Welke media en middelen gebruikt zij hiervoor? Welke afspraken zijn er over het contact met de verschillende media? Het bestaande beleid dat gevoerd wordt, ga ik analyseren. Daarnaast zal ik ook journalisten gaan interviewen, om te inventariseren hoe zij het mediabeleid ervaren. Ook wordt er bij deze vraag gekeken welke punten uit Zichtbaar Dichtbij nog kunnen worden toegepast op het persbeleid.

Verkennend:

2. Wat valt op in de berichtgeving over Gemeente Soest in de lokale en regionale media?

Op deze tweede vraag ga ik antwoord geven door in twee lokale en twee regionale kranten en één regionale website de berichten over de gemeente Soest te analyseren. Ik maak een overzicht met de uitgestuurde persberichten en een overzicht met de artikelen over de Gemeente Soest. Hierdoor kan ik zien welke onderwerpen terug komen in de berichten en ook of deze overeenkomen met de persberichten die de gemeente zelf heeft gestuurd. Aan de hand van een schema per gepubliceerd bericht, wordt dit weergegeven. Aangezien de persberichten ook via Twitter openbaar worden gemaakt, zal ik de retweets hierop in kaart brengen.

Evaluerend:

3. Sluit de gemeente Soest in haar eigen berichtgeving aan op de uitgangspunten die staan omschreven in Zichtbaar Dichtbij?

De uitgangspunten uit Zichtbaar Dichtbij ga ik vergelijken met de berichtgeving die de gemeente zelf zendt.

2. Onderzoeksplan

Naar aanleiding van de geformuleerde hoofdvraag en deelvragen, heb ik een onderzoeksplan opgezet. Bij het onderzoek worden verschillende doelgroepen en actoren betrokken. De doelgroepen zijn mensen die direct relevant zijn voor het onderzoek. Actoren zijn mensen die zich in het werkveld bevinden, maar niet relevant zijn voor het onderzoek. Beiden licht ik hieronder toe.

Onderzoeksdoelgroepen

De doelgroepen die bij dit onderzoek relevant zijn, zijn de volgende:

- De lokale en regionale pers

Deze bestaan uit de volgende media:

Kranten

De Soester Courant

Lokale weekkrant, verschijnt 1 keer per week op woensdag

Abonnementskrant, Oplage 11.500

Wordt 8 keer per jaar huis-aan-huis verspreid, met oplage van 20.250

Soest Nu

Huis-aan-huis krant, verschijnt 1 keer per week op woensdag

Lokaal, oplage van 20.000

AD – Amersfoortse Courant

Regionale ochtendkrant, verschijnt 6 keer per week.

Abonnementskrant, Oplage van 19.825

De Gooi en Eemlander

Regionale ochtendkrant, verschijnt 6 keer per week.

Abonnementskrant, oplage van 26.977¹⁰

Tv/radio

RTV Utrecht - website

Regionale omroep. 121.00 unieke bezoekers per week.

In 2011 is de website door 3,5 miljoen unieke bezoekers bezocht.¹¹

- De gemeente Soest, cluster Communicatie:

Bestaande uit 4 communicatieadviseurs, 1 webeindredacteur en 3 leefbaarheidadviseurs.

Radio Soest

Zoals u ziet wordt de radiozender Radio Soest niet als onderzoeksdoelgroep genoemd. Er luisteren relatief weinig mensen naar Radio Soest. Bij het onderzoek van 'Waar staat je gemeente' uit 2011 geeft 81% van de respondenten aan Radio Soest niet te kennen of niet van toepassing te vinden wanneer het gaat om media die berichten over Soest en Soesterberg.¹² Dit maakt het niet relevant om radio Soest in dit onderzoek te betrekken.

Actoren

Naast de onderzoeksdoelgroepen zijn er ook actoren. Actoren zijn partijen die zich bevinden in het werkveld, maar waar geen onderzoek onder hoeft plaats te vinden. Deze actoren komen wellicht in een later stadium, bijvoorbeeld bij het advies, wel aan bod.

- *Wethouder Communicatie*, Mevrouw Kemmerling
- *Directie*, bestaande uit de gemeentesecretaris en algemeen directeur Age Veenstra & adjunct-secretaris en directeur bedrijfsvoering Jeannet Kool.¹³
- *De gemeente Soest, alle afdelingen*
Dat zijn de afdelingen:
Realisatie, Ruimte, Samenleving, Bedrijfsvoering, Dienstverlening, Financiën en Informatie, Facilitaire Zaken, Projectbureau, Werk, Sociale dienst Baarn Bunschoten Soest (BBS)

¹⁰ Handboek Nederlandse Pers (2012)

¹¹ RTV Utrecht (2012) *Jaarverslag 2011*.

¹² Waar staat je gemeente (2011) Burgerrollen, burgerpeiling + extra vragen.

¹³ Gemeente Soest (2011) *Organisatieopbouw*; Organogram.

- *College van B&W*
- *De gemeenteraad*
- *Overige partners*

Deze partners staan in de perslijst, en ontvangen dus dezelfde informatie als de pers.

Wijkbewonerteams Soest
Dorpsbewonerteam Soesterberg
Ondernemersnetwerk Soesterberg
Politie Eemland noord
Woningcorporatie Portaal

Methoden

In dit onderzoek komen verschillende methoden aan bod. Om zoveel mogelijk relevante informatie te verzamelen maak ik gebruik van:

Kwalitatief onderzoek

De keuze voor kwalitatief onderzoek heb ik bewust gemaakt. Bij kwalitatief onderzoek krijg je geen antwoord op hoeveel mensen iets vinden. Kwalitatief onderzoek is zoeken naar ideeën, achtergronden, motieven, weerstanden en beweegredenen. Het is bij uitstek geschikt voor 'waarom-vragen'. De voordelen van kwalitatief onderzoek is dat de respondent de gelegenheid krijgt om zijn verhaal te doen. Doordat de vragenlijst niet dwingend is kan er ingegaan worden op onverwachte situaties.¹⁴

Binnen kwalitatief onderzoek zijn er verschillende methodes. Zo kan men groepsgesprekken houden, of individuele gesprekken. Binnen dit onderzoek is de tweede soort het beste. Bij een groepsgesprek bestaat het gevaar van 'groeps polarisatie' en 'false consensus'. Groeps polarisatie houdt in dat de mening in groepen beduidend extremer kan zijn dan de mening van individuele groepsleden. Het totaal is dan véél meer dan de som der delen. Van false consensus is sprake als enkele figuren een groepsbijeenkomst domineren en de grote meerderheid zwijgt. Dat zwijgen kan als instemming gezien worden, maar hoeft dat zeker niet te zijn. (Pol, Swankhuisen & Vendeloo, 2007, p. 28)
 Om bovenstaande te vermijden, kies ik voor individuele interviews.

Interviews met journalisten

Om te onderzoeken of de gemeente enigszins sturing kan geven aan de berichten die geplaatst worden in kranten, ga ik journalisten benaderen om interviews af te nemen. Dit is van belang omdat de gemeente bepaalde informatie wil overbrengen aan de inwoners. De journalisten vormen hierin een intermediair. Het is belangrijk om de mening en ervaring van de journalisten te achterhalen.¹⁵ Deze interviews hebben de vorm van een half gestructureerd interview. Het half gestructureerde interview geeft de mogelijkheid om door te vragen naar achterliggende gedachten en motieven. Daarnaast geeft deze methode van interviewen alle ruimte voor de eigen inbreng van de respondent. Er is wel een vragenlijst, maar de onderzoeker stelt zich flexibel op (Verhoeven, 2007, p. 126).

Deskresearch

Naast de interviews vindt er *deskresearch* plaats door middel van:

Literatuuronderzoek

Literatuur is een essentieel onderdeel van dit rapport. Dit geeft ondersteuning aan de resultaten van het onderzoek en het advies. Verschillende boeken, nota's, rapporten en internetsites vormen de basis van dit rapport.

Analyses van berichtgeving

Door een analyse te maken van de berichten waarbij de gemeente als afzender dient en te kijken naar de berichten die geplaatst worden in kranten, komt er een overzicht. Dit overzicht dient als basis voor beantwoording van de hoofdvraag. Sluit de berichtgeving aan op de uitgangspunten van de nota Zichtbaar Dichtbij. Deze analyses zijn uitgevoerd met de kennis van de Rijksoverheid¹⁶ op de achtergrond en andere relevante literatuur.

¹⁴ Rijksoverheid (z.j.), *kwalitatief onderzoek*.

¹⁵ De interviewvragen kunt u vinden in de bijlage.

¹⁶ Rijksoverheid (z.j.) Media-analyse.

In de kranten heb ik bekeken welke thema's met betrekking tot de gemeente Soest terugkomen. Dit onderzoek heeft verkennend plaatsgevonden. Ik heb verkend wat er speelt voor de gemeentelijke organisatie en waar aandacht aan is besteed door kranten. Aan de hand van een schema ga ik de berichten uit de kranten en van de website van RTV Utrecht analyseren.¹⁷

Onderzoekstijd

Om berichten te analyseren heb ik over vier maanden verspreid, vier keer een week lang de persberichten gevolgd die de gemeente heeft uitstuurd. Iedere tweede week van de maand, heb ik hiervoor gekozen. Omdat de maanden december en januari, waarin veel feestdagen plaatsvinden, binnen de onderzoekslooptijd vallen, is de keus gemaakt voor de tweede week. De kans dat er dan over feestdagen wordt geschreven is kleiner dan wanneer ik een andere week binnen de maand zou kiezen.

Binnen deze weken heb ik gekeken of de persberichten geplaatst zijn in de lokale kranten, op de website van RTV Utrecht. Als dit zo was, heb ik de berichten op verschillende punten geanalyseerd. Zo heb ik gekeken waar de berichten staan, hoe een bericht verwoord is en of er citaten gebruikt zijn. Aan de hand van welke variabelen ik de berichten exact heb geanalyseerd, staat in de bijlagen weergegeven.

De keuze voor de momenten in de week heeft te maken met de verschijningsdag van kranten. Aangezien er twee weekkranten bij zitten die op woensdag verspreid worden, kijk ik naar berichten die geplaatst zijn in kranten van donderdag tot en met woensdag. Op die manier hebben deze weekkranten de kans om persberichten van de gemeenten op te nemen in de krant. De persberichten die zij hiervoor kunnen gebruiken, zijn berichten die vanaf woensdag tot en met dinsdag zijn verstuurd door de gemeente. Dit ziet er als volgt uit:

Iedere 2^e week	Maand	Data persbericht	Data krantenbericht
	November 2011	Woensdag t/m dinsdag 9 nov – 15 nov	Donderdag t/m woensdag 10 nov t/m 16 nov
	December 2011	7 dec – 13 dec	8 dec – 14 dec
	Januari 2012	11 jan – 17 jan	12 jan – 18 jan
	Februari 2012	8 feb – 14 feb	9 feb – 15 feb

Als begin heb ik een overzicht gemaakt van de verstuurde persberichten door de gemeente, in de 2^e week van de maand die hierboven staan aangegeven. Deze berichten zal ik sorteren op dag, datum en tijdstip van versturen. Daarnaast zal ik aangeven bij welke portefeuille en wethouder dit hoort.

De persberichten die de gemeente heeft verstuurd naar de pers, heb ik geanalyseerd. De analyse was erop gericht om te kijken of de berichten die de gemeente zelf zendt, ook voldoen aan de eisen uit Zichtbaar Dichtbij.¹⁸

Persgesprek

Niet alleen worden er berichten geplaatst naar aanleiding van persberichten, door de pers. De gemeente Soest heeft ook iedere donderdag een persgesprek, waar zij informatie aan journalisten aanreikt. Deze agendapunten zijn ook betrokken bij de analyses van de berichtgeving in de kranten. Ook de persvragen die in de onderzoeksweken zijn gesteld, zijn betrokken bij het onderzoek.

Analyse op Twitter

Op Twitter zal ik in dezelfde periode als in het bovenste schema, kijken of berichten worden getweet. Per persbericht kijk ik, hoeveel er op getweet is. Hiervan heb ik een overzicht gemaakt. Op die manier kunnen we zien of berichten 'belangrijk' genoeg worden ervaren om te retweeten.

Uitkomsten

Alle uitkomsten van de onderzoeksmethoden die in dit hoofdstuk beschreven staan, vindt u in het kort terug bij de beantwoording van de deelvragen en de hoofdvragen in hoofdstuk 4 en 5 van dit rapport. De uitgebreide onderzoeksresultaten kunt u vinden in de bijlagen.

¹⁷ Het analyseschema voor geschreven artikelen kunt u vinden in de bijlage

¹⁸ Het analyseschema voor de persberichten kunt u vinden in de bijlage.

3. Theoretisch kader

In dit hoofdstuk vindt u verschillende theorieën die betrekking hebben op dit onderzoek. Eerst wordt duidelijk van welke definitie van 'pers' en 'persbeleid' we in dit rapport uitgaan. Dit vormt de basis voor het verdere rapport. Daarna komen verschillende opvattingen uit de afgelopen eeuw aan bod, over het effect van media op de ontvanger aan bod. De theorie die u hieronder ziet, is relevant omdat pers een onderdeel van alle media vormt. Er zijn verschillende opvattingen geweest over wat het effecten van de (massa) media is. Een overzicht hiervan, aansluitend met de opvatting zoals die nu is, vormt een basis voor het verdere rapport. Als laatste leest u hier relevante literatuur over de journalistieke keuzes, waar journalisten voorstaan. Deze theorieën vormen een basis om de deelvragen en daarmee ook de hoofdvraag te kunnen beantwoorden.

3.1 Definitie van pers, persbeleid en media

Pers

Om tot een definitie van 'pers' te komen, die in dit onderzoek centraal staat, ben ik eerst op zoek gegaan naar verschillende opvattingen over wat pers is. Wat opvalt in de literatuur en ook op websites van verschillende organisaties, is dat men wel over pers spreekt, maar hier niet duidelijk aangeeft wat er mee wordt bedoeld. Hieronder ziet u toch vijf verschillende weergaven van wat er met pers bedoeld kan worden.

1. **Pers** [de] 1 de massamedia en de journalisten de gelijkgeschakelde pers; *de pers halen* in de krant komen; de pers knevelen; lekken naar de pers; *de pers te woord staan* vragen van de pers beantwoorden. (Van Dale Middelgroot woordenboek Nederlands, 2009)
2. **Pers** Uitgevers van dagbladen, nieuwsbladen, opiniebladen en publiekstijdschriften vormen samen de Nederlandse perssector. De uitgevers zijn zelfstandige commerciële bedrijven. Er bestaat geen publieke – door de overheid gefinancierde – pers, zoals er wel een publieke omroep is. (Rijksoverheid, Organisatie pers, z.j.)
3. Pers:
Vereniging van **pers** en omroepdocumentalisten
Lid zijn primair zij die werkzaam zijn als documentalist ten behoeve van redacties van dagbladen, nieuwsbladen, publiekstijdschriften, opiniebladen, vaktijdschriften, persbureaus, radio- en televisie programma's en als gewoon lid zijn toegelaten. (Vereniging van pers en omroepdocumentalisten, 2008)
4. Pers:
"Voor alle **perstitels** (tijdschriften, dagbladen) is het noodzakelijk te weten hoeveel exemplaren er effectief verspreid worden." (Musschoot & Lombaerts, 2010, p. 387)
5. Pers:
"De pluriformiteit van de Nederlandse **persmedia** verdween veel minder dan destijds gevreesd werd. De populaire **massapers** (Telegraaf, Nieuws van de Dag) en de kwaliteitskranten NRC/AH en De Volkskrant vertoonden in de afgelopen dertig jaar een flinke groei." (Van Wijk, 2007, p.17)

"Een verschuiving van gedrukte nieuwsverschaffing naar online-informatiediensten is bij de grote **persconcerns** het gevolg. De klassieke ongelijktijdige communicatie tussen **persmedium** en lezerspubliek wordt verruild voor de gelijktijdige communicatiemogelijkheden van de interactieve media." (Van Wijk, 2007, p. 18)

In de bovenstaande beschrijvingen van pers valt het op dat het vaak over de geschreven berichtgeving gaat. Dit heeft te maken met de geschiedenis van de pers, vroeger sprak men over de drukpers. Toch is het woord pers nog steeds een veelgebruikt begrip. Als we kijken naar bovenstaande beschrijvingen, dan kies ik ervoor om deze aan te houden.

De bovenstaande beschrijvingen zijn naar mijn mening goed bronnen, omdat zij van verschillende en betrouwbare komaf zijn. Hier heb ik bewust voor gekozen. Door verschillende bronnen te gebruiken, kan ik een goede afweging maken om een goede eigen definitie weer te geven.

In het rapport wat u gaat lezen, ga ik van de volgende definitie uit:

Pers is een overkoepelende benaming van journalistieke berichtgeving, gericht op het berichten van actuele gebeurtenissen aan publiek, in geschreven vorm.

Persbeleid

Een deel van dit onderzoek richt zich op het persbeleid. Om een duidelijke definitie van persbeleid te kunnen geven, heb ik deze eerst in de literatuur opgezocht.

Om te beginnen is er vanuit de landelijke overheid een persbeleid. Dit persbeleid staat beschreven in het rapport Tijdelijke Commissie Innovatie Toekomst Pers.¹⁹ De essentie van dit persbeleid is het volgende:

“ Het persbeleid van het kabinet is gericht op het stimuleren en beschermen van een onafhankelijke en pluriforme pers. Uitgangspunt is dat de overheid zoveel mogelijk op afstand blijft, om de onafhankelijkheid van de journalistiek niet in gevaar te brengen.” (Brinkman, 2009)

Bovenstaande is wat voor het kabinet als persbeleid geldt. Voor een gemeente geldt een ander soort persbeleid. Dit heeft er mee te maken dat een gemeente een kleinere doelgroep heeft. Daarnaast communiceert de gemeente ook over andere zaken. Als gemeente is er veelal meer mogelijk omdat men dichterbij de inwoner staat.

In een gemeentelijk persbeleid wordt beschreven hoe de gemeente als organisatie omgaat met de pers. Dit zien we ook terug in de volgende omschrijving:

“ In het persbeleid wordt vastgelegd hoe de organisatie zich tegenover de pers opstelt (bijvoorbeeld open of terughoudend) en hoe zij haar actieve en passieve contacten met de pers organiseert”

“ Zoals elk deelbeleid, is ook het persbeleid een afgeleide van het algemeen vastgestelde bedrijfsbeleid.” (Waardenburg, 2001, p. 20)

“ Er zijn actieve en passieve contacten. In het eerste geval zoekt het bedrijf zelf de publiciteit, in het tweede geval reageert het op initiatieven van de pers.” (Waardenburg, 2001, p. 20)

In dit onderzoek ga ik uit van bovenstaande eerste twee omschrijvingen. Samengevat komt de definitie van persbeleid op onderstaande definitie uit:

Het persbeleid is het beleid waarin staat beschreven hoe de organisatie de contacten met de pers organiseert. Dit persbeleid behoort een afgeleide te zijn van het algemeen vastgestelde communicatiebeleid.

Verskil tussen pers en media:

De woorden pers en media worden vaak samen of door elkaar gebruikt. Mijns inziens komt dit voort uit de verschuiving van alleen geschreven media, naar veel verschillende media zoals het toenemende gebruik van internet op veel verschillende mediadragers. Media worden ook gebruikt om actuele berichtgeving te verzorgen, zoals op het internet.

Omdat pers en media dicht bij elkaar liggen en vaak door elkaar worden gebruikt, heb ik ook het verschil aangeduid tussen pers en media. Hieronder ziet u verschillende beschrijvingen van wat er wordt verstaan onder media.

1. Met massamedia doelen we op **media** die mediacontent (geschreven nieuwsberichten, televisie- of radioprogramma enzovoort) vanuit een zender (krantenuitgeverij, televisieomroep enzovoort) naar een grote massa ontvangers verspreiden. (Musschoots & Lombaerts, 2010, p. 130)
2. “ Mediaboodschappen en mediaproducten dringen door in alle hoeken en gaten van ons alledaagse leven. De wereld van het derde millennium is zonder al deze massamedia niet goed meer voor te stellen. Mobiele telefoon, boek, krant, radio, film, computernetwerk, video, televisie en internet, het kan niet op. We leven in een tijd waarin media constant toenemen en veranderen.” (Van Wijk, 2011, p. 9)

Zoals u kan zien, wordt er met media het algehele scala aan dragers van informatie bedoeld. Dit kan zijn in geschreven vorm, in beeld en/of geluid. Daarnaast bestaat media uit verschillende middelen om mee te communiceren. Naar mijn mening zijn media alle vormen van mediacontent, zoals tv, internet en radio. Onder pers verstaan we in dit onderzoek alleen de geschreven berichtgeving.

¹⁹ Brinkman, L.C., (2009) Adviesrapport Tijdelijke Commissie Innovatie en Toekomst Pers.

3.2 Wat zijn de effecten van media?

Er hebben in de afgelopen eeuw veel ontwikkelingen plaatsgevonden die samengaan met de opvatting over de effecten van (massa)media op de ontvanger. Het persbeleid van de gemeente heeft te maken met deze opvattingen over de media. De berichten die de gemeente verspreidt naar de pers, komen uiteindelijk in verschillende media terecht. Het is daarom belangrijk om te weten welke ontwikkelingen zich hebben voorgedaan. De inwoners van Soest zijn de mensen die de gemeente Soest uiteindelijk wil bereiken. Zoals u zult zien wordt er hieronder ook veel over media gesproken. De theorieën gaan over het effect van media op mensen. De pers die in dit onderzoek betrokken is, kan je onder media scharen. Zij zijn een onderdeel van de vele verschillende soorten media.

Aan het einde van dit hoofdstuk vindt u een conclusie, waarin kort wordt toegelicht wat deze theorieën betekenen voor dit rapport en voor de gemeente Soest.

Hieronder ziet u achtereenvolgens verschillende opvattingen over effecten van media die zich hebben voorgedaan:

- Machtige media
- Cognitieve dissonantie bij de ontvanger
- Two-step-flow theorie
- Zwijgspiraaltheorie
- Uses and gratifications benadering
- Interactiviteit

A. Machtige media

Bij de machtige media-theorie ging men ervan uit dat men met massamedia iedereen bereikte. "Het beïnvloedingsproces zou lineair in één richting verlopen, namelijk van de zender naar de ontvanger, zonder interveniërende factoren of filters die de boodschap zouden kunnen vertekenen." (de Boer & Brennecke, 2009, p. 17)

Men ging er vanuit dat de ontvanger, de boodschap zou ontvangen, zonder hier kritiek op te hebben. Ook zou de ontvanger in staat zijn en bereid zijn om alle boodschappen op te nemen. Daarnaast was er de opvatting dat er verschil was tussen de massamens en de elite. De massamens zou namelijk gevoeliger zijn voor de invloed van de media dan de elite.

Deze theorie was een gevolg op de psychologie. Binnen de psychologie ging men uit van de stimulus-responstheorie. Het gedrag van mensen (respons) werd gezien als direct gevolg van datgene waarmee deze mensen waren geconfronteerd (stimulus). (de Boer & Brennecke, 2009, p. 18)

B. Cognitieve dissonantie bij de ontvanger

Dissonantie betekent dat verschillende gedachten niet bij elkaar passen in eenzelfde systeem. De gedachten spreken elkaar in zo'n geval tegen. Dit verschijnsel heet cognitieve dissonantie. Dit leidt bij iemand tot onrust, er is geen eenheid in het cognitieve systeem. Wanneer dit bij iemand optreedt zal de persoon een actie gaan ondernemen om de dissonantie weg te nemen. Als we dit terugredeneren bij berichtgeving, dan kan iemand selectief gaan lezen. Mensen gaan informatie die dissonant is reduceren en vermijden. Informatie die past bij de cognitie, oftewel de gedachte, wordt juist opgezocht. 'Mensen stellen zich selectief bloot aan mediaboodschappen die aansluiten bij hun eigen opvatting'. (de Boer en Brennecke, 2009, p. 46)

'Tot op de dag van vandaag blijven selectiviteitsprocessen een rol spelen in onderzoek en theorievorming over media-effecten (bijvoorbeeld Slater, 2007; Slater e.a., 2007; Stroud, 2008 in de Boer en Brennecke, 2009, p. 47).

C. Two-stepflowtheorie

Volgens de two-stepflowtheorie is de directe invloed van de media beperkt. De beïnvloeding van het publiek door de media komt tot stand via inter-persoonlijke communicatie. Deze inter-persoonlijke communicatie vindt plaats tussen opinieleiders. Deze opinieleiders zijn kundig over het onderwerp en oriënteren zich op de berichtgeving in de massamedia. De opinieleiders hebben 'volgers' aan wie ze de informatie die zij opdoen weer doorgeven. Zo zijn de twee stappen zichtbaar. (de Boer & Brennecke, 2009, p. 47)

D. Zwijgspiraaltheorie

De zwijgspiraaltheorie is afkomstig van de wetenschapster Elisabeth Noelle-Neumann. Zij stelde dat mensen in hun onzekerheid streven naar zekerheid en de juistheid van hun mening. Mensen kijken vaak naar de mening van anderen om zeker te worden van hun eigen mening. Mensen uitten hun mening niet als die niet wordt gedragen door anderen, uit angst voor isolatie. Door massamedia te volgen kan men de publieke opinie ontdekken en dat is dan een graadmeter van wat 'men' denkt. Naast de massamedia kijken mensen ook naar anderen in de directe omgeving. Als de mening niet overeen komt met 'anderen', dan zal iemand deze mening niet

snel delen, maar zwijgen. Als meerdere mensen dit doen, zal de publieke opinie gaan overheersen en komt er geen andere opinie bij. Op die manier zal er één mening overheersen. (de Boer & Brennecke, 2009, p. 60)

E. Uses and gratifications-benadering

Bij deze theorie gaat de aandacht meer naar de ontvanger van de media in plaats van de media zelf. De zender van de boodschap bepaalt het effect niet, maar de ontvanger. Het publiek wordt niet als een massa gezien, maar als een verzameling individuen, die de media zelf actief voor doeleinden gebruikt. Bij deze benadering ging men dus kijken vanuit het gezichtspunt van een actieve ontvanger in plaats van uit de zender. "Een consistente invloed van een boodschap op ontvangers kan niet worden vastgesteld als ontvangers actief zijn in hun selectie van mediaboodschappen, variatie vertonen in lees-, luister- of kijk gedrag en als ook situationele verschillen tussen ontvangers de mate en de aard van een effect kunnen beïnvloeden."

(McQuail, 1997 in de Boer & Brennecke, 2009, p. 104)

Kenmerken van de benadering op een rij:

Kenmerken van de uses and gratifications-benadering (Palmgreen, Wenner & Rosengren, 1985)
--

1. Het publiek is actief
2. Het mediagebruik is doelgericht
3. De media concurreren met andere bronnen van behoeftebevrediging
4. Er is een verband tussen behoeften van mensen en hun mediakeuze
5. Mediagebruik kan een breed spectrum aan behoeften bevredigen
6. Op basis van de media-inhoud kan geen nauwkeurige schatting van het behoeftenpatroon gemaakt worden
7. De media-inhoud structureert de mogelijkheden tot behoeftebevrediging
8. De verkregen voldoening kan voortvloeien uit
 - De media-inhoud;
 - De blootstelling aan de media als zodanig, onafhankelijk van de inhoud; en/of uit
 - De situatie waarin blootstelling plaatsvindt.
9. Vanuit de uses and gratifications-benadering wordt geen waardeoordeel gegeven over de culturele betekenis van de massamedia, noch over de aan het mediagebruik ontleende bevrediging.

Uses and gratifications-benadering (de Boer & Brennecke, 2009, pag 108)

F. Interactiviteit

Door de komst van internet zijn er interactieve mogelijkheden bijgekomen. Als de gebruiker van een medium ook op mediaboodschappen reageert, is een sterke betrokkenheid van de gebruiker nodig, en grote betrokkenheid bij een mediaboodschap leidde ook bij oudere media tot sterkere effecten. (de Boer & Brennecke, 2009, pag 144)

Dimensies die ten grondslag liggen aan het concept interactiviteit

1. Reactie of feedback
2. Conversatie, uitwisseling van boodschappen
3. Selectiviteit
4. Modificatie
5. Lineariteit/non-lineariteit
6. Multimedialiteit

(de Boer & Brennecke, 2009, pag 149)

Het medium internet kan vele verschillende functies vervullen. "Voor nieuwsproductie heeft het internet ingrijpende consequenties. Journalisten zijn door de faciliteiten van internet in staat samen te werken met elkaar en met het publiek ('netwerkjournalistiek') en publicatie van journalistieke boodschappen hoeven niet beperkt te zijn tot de reguliere media. Iedereen kan een weblog beginnen om mogelijke nieuwsfeiten openbaar te maken, maar bijvoorbeeld ook om informatie-uitwisseling tussen lotgenoten of gelijkgezinden te vergemakkelijken." (de Boer & Brennecke, 2009, pag 147)

"Burgers kunnen via internet actiever deelnemen aan openbare communicatie. Deze 'burgerjournalistiek' wordt door sommigen als een bedreiging van de reguliere (online) journalistiek gezien" (Quandt & Schweiger, 2008 in de Boer & Brennecke, 2009, p. 147). Dit kunnen we herleiden naar de situatie in Soest. Er zijn websites die lokaal nieuws melden, uit Soest. Deze sites worden bijgehouden door burgers in plaats van door officiële pers.

3.3 Commissie Wallage

In augustus 2001 heeft de commissie Wallage een advies uitgebracht over hoe overheidscommunicatie vorm gegeven moet worden. Het doel van het onderzoek, was om de effectiviteit van overheidscommunicatie te vergroten. Daarnaast moest overheidsinformatie toegankelijk worden.²⁰ In het rapport 'In dienst van de democratie: het rapport van de Commissie Toekomst Overheidscommunicatie' (Wallage, 2001) staan verschillende punten benoemd waar overheidscommunicatie aan moet voldoen. De regering was de opdrachtgever van de Commissie. De Commissie heeft zich om die reden geconcentreerd op het rijk, al hoopt zij dat de analyse en aanbevelingen zo zijn opgeschreven dat zij voor de andere overheden veel bruikbare aanknopingspunten bieden. Vandaar dat dit rapport ook relevant is voor dit onderzoek.

Een aantal conclusies van het onderzoek ziet u hieronder:

- Communicatie door de overheid is een recht van de burger;
- De overheid moet proactief met burgers communiceren en moet voorkomen dat burgers onnodig vaak dezelfde informatie moeten verstrekken;
- Internet moet een prominente plaats innemen in de overheidscommunicatie.
- Een groeiend deel van de burger verwacht op te kunnen treden als coproductent, in plaats van alleen kiezer of klant.
- Communicatie dient in het hart van het beleid te zijn opgenomen
- Oude en nieuwe media vormen steeds meer het publieke platform waar de overheid zich op moet verantwoorden
- Internet biedt gouden kansen voor een meer transparante overheid, voor een meer interactieve manier van beleidsontwikkeling.
- Van overheidsvoorlichting naar overheidscommunicatie
- *Voorlichting* alleen is niet meer voldoende, *verantwoording* wordt steeds belangrijker om het *vertrouwen* van de burger te winnen en behouden.²¹

3.4 Communicatiekruispunt

Wanneer we kijken naar de uitgangspunten van de Commissie Wallage, dan kunnen we dit ook toepassen op het communicatiekruispunt dat van Ruler in 1998 heeft geïntroduceerd. In plaats van informering, moet overheidscommunicatie meer bestaan uit dialogisering.

"Tweerichtingsverkeer en de bekendmakingsstroom levert de basisstrategie dialogisering op." De inwoner verwacht als coproductent op te kunnen treden, zij wenst dus tweerichtingsverkeer. Organisaties wensen steeds meer samenspraak van 'stakeholders' bij ontwikkeling van beleid. (van Ruler, 1998, p. 77)



Communicatiekruispunt, (van Ruler, 1998, p. 77)

²⁰ Rijksoverheid (z.j.) *In dienst van de democratie: het rapport van de Commissie Toekomst Overheidscommunicatie*

²¹ Rijksoverheid (z.j.) *In dienst van de democratie, Het rapport van de Commissie Toekomst Overheidscommunicatie*

3.5 Intermediaire kaders & framing

Intermediaire kaders

Bij communicatie via een intermediair, zoals een journalist, moet men rekening houden met de effecten van intermediaire kaders (IMK's). Er zijn een drietal functies van Intermediaire kaders, aldus H.J. Rebel (2000, p. 86). De drie functies zijn:

1. De radarfunctie.

IMK's peilen de informatiebehoefte van hun cliëntgroepen en spelen die door naar de overheid.

2. De doorgeefluikfunctie.

IMK's geven – passief – de vanuit de overheid verstrekte informatie door, bijvoorbeeld door brochures op de toonbank te leggen.

3. De springplankfunctie.

IMK's verwerken – actief – de hen van overheidswege verstrekte informatie ten behoeve van hun klanten, bijvoorbeeld door zelf een informatiebulletin te vervaardigen, gebruikmakend van de hen door de overheid verstrekte informatie.

In het geval van de gemeente Soest is de eerste en derde functie relevant. Via de IMK's kan de gemeente Soest te weten komen wat er speelt in de samenleving van Soest. De derde functie is van toepassing omdat de gemeente informatie verstrekt door middel van persberichten aan de journalisten. De journalisten kunnen zelf bepalen of zij hier een item aan willen wijden in hun medium. Wanneer zij dit besluiten te doen, speelt er nog een thema. Dit is namelijk framing.

Framing

Framing is een fenomeen dat veelal in de huidige politiek gebruikt wordt. Ook journalisten maken, bewust of onbewust, gebruik van frames. "De massamedia verschaffen bewust of onbewust een bepaald kader waarin de gebeurtenissen van een bepaald moment worden geplaatst. Mensen kunnen worden misleid door een bepaalde beeldregistratie op de televisie of door bepaalde illustraties in de gedrukte pers (cf. Fiske, 1990²:15-17, 104-14, 178-83; Iyengar, 1991) in Rebel (2000, p. 131).

Naast de vorm van registratie, is er ook de 'kunst van het weglaten. Zoals de Bruijn (2011, pag 16) omschrijft: "Bepaalde aspecten van de werkelijkheid worden uitvergroet, andere worden onder onze radar van onze waarneming gedrukt." En, "wanneer framing slaagt, is het dus twee keer raak: frames maken het de tegenstander lastig en maken de toehoorder welwillend." (de Bruijn 2011, pag 17) Wanneer een frame is neergezet, gaat men door deze bril en dus selectief naar de situatie kijken. Er is dan geen ruimte meer om andere zienswijzen toe te laten, dit levert immers een cognitieve dissonantie op, zoals hierboven beschreven is.

3.6 Hoe werken de media

Medialogica

Om berichtgeving in de media te krijgen, moeten we weten hoe journalisten te werk gaan. Welke logica hanteren de journalisten bij het selecteren van berichtgeving die zij ontvangen, om deze vervolgens wel of niet te gebruiken voor een artikel. Hier komt het begrip medialogica aan bod. In het advies 'Medialogica, over het krachtenveld tussen burgers, media en politiek' (Raad voor Maatschappelijke ontwikkeling, RMO, maart 2003) worden acht kenmerken van medialogica genoemd. (Graaf & Steinmetz, 2006, p.20)

- Snelheid
- Framing
- Personalisering
- Meutevorming en hypes
- Kracht van herhaling
- Anchorman en interpretators
- Burger in beeld
- Nieuwswaarde als criterium

Van deze kenmerken zijn er vier van belang wanneer het om de keuze van een journalist gaat. Dit zijn framing, personalisering, meutevorming en hypes en nieuwswaarde als criterium. Het fenomeen framing is in de vorige paragraaf aan bod gekomen.

Personalisering is het fenomeen dat emotie bij een bericht sneller nieuwswaardig maakt. "Een abstract verhaal krijgt eerder aandacht als het wordt opgehangen aan een persoonlijk beleefde ervaring, liefst doorspekt met emoties van een slachtoffer (de gedupeerde burger) of een schuldige (de verantwoordelijke wethouder)." (Graaf & Steinmetz, 2006, p. 20)

Bij een hype, verspreidt nieuws zich op een andere manier. De kranten nemen dan nieuws van elkaar over. In dat geval voegt de krant wel iets toe, journalisten versterken het verhaal en kiezen vaak ook één perspectief. Een hype kan kansen bieden door op het juiste tempo in te voegen in de nieuwsgolf.

Het kenmerk nieuwswaarde is het belangrijkste kenmerk. "Het is niet de politicus of de voorlichter van de gemeente die bepaalt wanneer een feit tot nieuws wordt verklaard, het is de journalist (met op de achtergrond de redactie) die het nieuwsstempel plus bijbehorende kussen in bezit heeft." (Graaf & Steinmetz, 2006, p. 21)

Medialogica is een begrip dat vooral inhoudt dat er bij media verschillende factoren van belang zijn. Politici, en daarmee ook gemeenten, en media hebben elkaar nodig. Aan de ene kant zijn het concurrenten, maar aan de andere kant hebben zij elkaar nodig. Zij willen beiden de burger ten dienste zijn, maar met een ander belang.

Nieuwswaarde criteria

Uit Noors onderzoek zijn een aantal criteria naar voren gekomen die nieuws tot nieuws maken. De onderzoekers Galting en Ruge hebben uitvoerig onderzoek uitgevoerd onder Noorse dagbladen, en hier zijn de criteria uit voort gekomen die doorslaggevend zijn bij de vraag of een gebeurtenis nieuwswaardig is. De criteria zijn:

Nieuwswaardecriteria	
1.	Dichtbij in tijd (actueel; dat ligt bij een dagblad uiteraard anders dan bij een weekblad)
2.	Dichtbij in afstand (hoe dichterbij hoe belangrijker)
3.	Dichtbij in beleving (passend in het heersende beeld bij zowel journalisten als lezers)
4.	Uniciteit (apart dus, afwijkend van het normale en verwachte)
5.	Verandering (ingrijpend op de normale orde)
6.	Elitepersonen (alles met elite trekt meer media-aandacht, de koningin is altijd nieuws)
7.	Elitelanden (westerse landen zijn vanuit ons blikveld elitelanden, want 'ons-soort-landen')
8.	Elite-instanties (gezaghebbende bronnen als TNO of KNMI verlagen nieuwsdrempel)
9.	Emoties, spanning en sensatie (inclusief angst als nieuwsprikkels)
10.	Gevolgen voor de doelgroep van het medium (kerkberichten zijn voor het Reformatorisch Dagblad eerder nieuws dan voor de nieuwsdienst van radio 1)
11.	Beschikbaarheid (van bronnen als getuigen, van beelden, kortom: van bruikbare informatie)

(Graaf & Steinmetz, 2006, p. 25)

De elf criteria die u hier genoemd ziet, zijn de objectieve criteria die uit onderzoek naar voren zijn gekomen. Naast de objectieve kant, is er ook nog de subjectieve kant. De menselijke handeling van de journalist, maakt dat er een subjectieve kant aan zit. Hij of zij beslist, vaak in samenspraak met de redactie, wat voor hem nieuws is. Hier zijn vier stellingen over gepubliceerd in 'Live! Macht, missers en meningen van de nieuwsmakers op tv'.

(C.Groenhuijsen en A. van Liempt 1995 in Graaf & Steinmetz, 2006, p. 26) De stellingen zijn van toepassing op de selectie van buitenlands nieuws, maar kunnen ook worden betrokken op het binnenlands nieuws.

De vier stellingen zijn:

- Gebeurtenissen die passen in het wereldbeeld of het specialisme van een redacteur die op de dag van de gebeurtenis het nieuws selecteert, hebben meer kans op publicatie
- Een onderwerp, gekozen door een redacteur of correspondent met status, ervaring en de capaciteit om zijn verhaal te verdedigen, maakt meer kans op publicatie
- Een regio of land waar de krant een correspondent heeft gevestigd, maakt meer kans op journalistieke aandacht
- Onderwerpen die een krant zelf niet heeft geselecteerd, maar door andere kranten wel zijn opgepakt, maken alsnog grotere kans op publicatie (in Graaf en Steinmetz 2006, p. 26)

Van deze vier stellingen, zijn er drie die waarschijnlijk van toepassing zijn in Soest. De eerste, derde en vierde stelling kunnen we toepassen op de gemeente Soest. Wanneer een onderwerp aansluit bij het specialisme van een redacteur, zal er sneller over een dergelijk onderwerp geschreven worden. Daarnaast is het praktisch voor een journalist als hij of zij 'dicht bij het nieuws' zit. Zo zien we dat het AD Amersfoortsche Courant gebruikt maakt van een

correspondent die in Soest woonachtig is. De laatste stelling kan ook, door kranten die worden uitgegeven in Soest, gelden. Wanneer er in de dagelijkse kranten aandacht wordt geschonken aan een onderwerp, kunnen de weekkranten daar uiteindelijk op aansluiten. De reden die hierbij gegeven wordt is, 'Omdat andere journalisten over een onderwerp berichten, moet het wel nieuwswaardig zijn. De angst om nieuws te missen dat achteraf bezien wellicht wijst op een relevante ontwikkeling, kan laatdunkende blikken van collega's oproepen. En net als de meeste solitair zwoegende professionals hecht de journalist zwaar aan erkenning en waardering door collega's. Door collega's te volgen in hun onderwerpkeuze, spelen journalisten, de eindredacteur en de programmaredactie op zeker.' (Graaf & Steinmetz, 2006, p. 27) Dit wil niet zeggen dat journalisten alleen maar nieuws van elkaar overnemen. Journalisten hebben vele verschillende bronnen zoals persbureaus, internet, persberichten, eigen contacten en eigen onderzoek. Maar om te voorkomen dat zij nieuws mislopen, houden zij hun collega's en/of concurrenten wel in de gaten.

Bronnen

Wanneer we kijken naar de bronnen die journalisten hebben, dan zijn dit er behoorlijk wat. We kunnen beginnen met de *persberichten*, deze worden aangeleverd door organisaties of belangengroepen die graag hun nieuws kenbaar willen maken. Daarnaast zijn er verscheidene *nieuwssites* waar informatie vandaan te halen is. Ook *weblogs* van relevante personen kunnen een bron zijn. Daarnaast hebben *organisaties eigen websites*, waar nieuws op kan staan. Ook zijn er verschillende *nieuwsgroepen op internet*, zoals discussiepanels. Naast de internetbronnen, heeft een journalist ook zijn *vaste eigen contacten*. Deze kunnen de journalist tips geven, of de journalist bijpraten bij nieuwe ontwikkelingen. De aanwezigheid van *persbureaus* is voor journalisten ook een goede bron, zoals het ANP. Als laatste kunnen we noemen dat een journalist *losse contacten* heeft en soms bij toeval informatie opvangt. Dit kan door burens zijn, vrienden of mensen in de directe woonomgeving. (Graaf & Steinmetz, 2006, p. 29)

Deze laatste informatiebron heeft misschien de meeste invloed op de nieuwsselectie die een journalist maakt. Wanneer een journalist zich begeeft in een omgeving waar op dat moment een incident plaats vindt, dan kan de journalist hier makkelijk over berichten. Iets soortgelijks in een andere plaats wordt dan niet belicht, simpelweg omdat de journalist daar op dat moment niet bij is. Zo kan het gebeuren dat gebeurtenissen in de Randstad vaker in de pers verschijnen, dan andere delen van het land. Wanneer we dit op Soest betrekken zien we dit ook. RTV Utrecht heeft veel correspondenten in de stad Utrecht wonen. Het kan dus gebeuren dat er sneller over de stad Utrecht bericht wordt dan over de gemeente Soest.

'Praktisch nieuws'

Naast de hiervoor genoemde factoren zoals de objectieve criteria en subjectieve rol van de journalisten, is er ook nog praktisch nieuws. Dit betekent dat informatie zomaar nieuws kan worden, zonder aan de criteria te voldoen. Vooral bij lokale kranten kan dit een rol spelen. 'Een redactionele pagina moet vol en daarbij wil de redacteur een zekere balans zien tussen soorten nieuwsberichten. Een persbericht, mits van de juiste lengte en handelend over een onderwerp dat in die week schaars is, wordt dan snel overgenomen.' (Graaf & Steinmetz, 2006, p. 31) De tijd van het jaar kan ook een factor zijn dat informatie ineens nieuws wordt. Hier is de term 'komkommertijd' voor bedacht. In de zomer ligt de politieke besluitvorming stil, waardoor een belangrijke bron even stilstaat. De drempel voor politiek nieuws om in de media te komen daalt dan aanzienlijk. (Graaf & Steinmetz, 2006, p. 32)

Hoe kom je in de media

We hebben gezien dat er verschillende selectiecriteria zijn, objectieve en subjectieve. Wanneer je in de media wil komen is het goed je bewust te zijn van deze selectieprocessen. Graaf en Steinmetz (2006, p. 32) noemen in het boek 'Hoe kom je in de media' verschillende tips waar de kans groter van wordt dat je in de media terecht komt.

- Benadruk het afwijkende, het bijzondere: dat wat mensen móeten weten
- Volg de agenda van de media: welke onderwerpen zijn nu populair
- Geef emoties een plaats. Breng leven in het verhaal
- Maak het nieuws herkenbaar met een persoonlijk verhaal: de menselijke kant
- Koppel er een maatschappelijk relevant belang aan; bekijk het door de bril van de journalist die naar het publiek belang zal zoeken
- Differentieer naar media en kijk daarbij goed naar de eigen stijl van het desbetreffende medium en naar de doelgroep
- Leg persoonlijke contacten: bel de journalist of maak een afspraak
- Kijk naar de beschikbare ruimte en let op timing. Stuur bijvoorbeeld geen persbericht over een fusie van twee scholen vlak voor de derde dinsdag in september

3.7 Wat betekent dit voor de gemeente Soest

Uit hiervoor beschreven theorieën kunnen we stellen dat voor de gemeente Soest een aantal ontwikkelingen van belang is. Voor het beantwoorden van de deelvragen is het belangrijk om deze theorie als achtergrond te hebben. In deze korte conclusie worden de theorieën kort samengevat.

We beginnen met een weergave van wat we onder pers en persbeleid verstaan.

Pers:

Pers is een overkoepelende benaming van journalistieke berichtgeving, gericht op het berichten van actuele gebeurtenissen aan publiek, in geschreven vorm.

Persbeleid

Het persbeleid is het beleid waarin staat beschreven hoe de organisatie de contacten met de pers organiseert. Dit persbeleid behoort een afgeleide te zijn van het algemeen vastgestelde beleid.

Dan de ontwikkelingen over de opvatting van welk effect media hebben. Ten eerste is de *invloed van media, en dus de journalist, beperkt*. Inwoners nemen boodschappen niet klakkeloos aan. De inwoner is tegenwoordig mondiger en uit sneller kritiek. Daarnaast is een *ontvanger selectief* in de informatie die hij/zij tot zich neemt. Binnen het proces van communicatie via media is de term opinieleader ook relevant. Een opinieleader is iemand die kundig is over het onderwerp. In het geval van de gemeente Soest kunnen we stellen dat er meerdere opinieleaders zijn. De journalisten die in dit onderzoek van belang zijn, vormen een opinieleader. Zij ontvangen de informatie uit eerste hand, namelijk van de gemeente. Vervolgens geven zij de informatie door aan de lezer van hun medium. De opinieleader heeft de mogelijkheid om aanvullende informatie op te vragen bij de gemeente. Naast de journalisten, zijn er ook onder inwoners opinieleaders. Zij 'verzamelen' informatie vanuit de massamedia en geven de informatie door aan volgers.

Uit de 'uses and gratifications' benadering, is een belangrijke conclusie te trekken. De ontvangers zijn een groep van individuen bij elkaar. *Ieder individu ontvangt selectief* informatie. Daarnaast zijn zij wel een *actieve ontvanger*, de verschillende media gebruikt hij/zij voor zijn eigen doeleinden. De media die de gemeente Soest gebruikt, wordt dus naast andere media gebruikt. De inwoner is ook niet meer afhankelijk van de traditionele nieuwsmedia.

Voor reactie op een mediaboodschap, is een *hoge betrokkenheid vereist*. Wanneer iemand geen hoge betrokkenheid voelt, zal deze ook niet reageren op een boodschap. Dit is van belang als we kijken naar het gebruik en de retweets op Twitter. Door de komst van internet en de mogelijkheid tot interactie, zijn er nieuwe mogelijkheden. Maar of men ook echt tot interactie overgaat is van factoren afhankelijk.

Interactiviteit

Het rapport dat in 2001 is gepubliceerd door de Commissie Wallage is van groot belang voor dit onderzoek, maar ook voor de gemeente Soest op zichzelf. De Commissie Wallage gaat uit van een interactieve manier van communiceren. Niet meer eenzijdig, maar juist in dialoog treden met de inwoner. Deze inwoner verwacht op te kunnen treden als coproductent, dit betekent communicatie in het hart van het beleid. Van voorlichting moet overgestapt worden naar communicatie. Daarnaast kan internet veel gebruikt gaan worden als communicatiemiddel, maar niet alleen. Oude en nieuwe media kunnen samen gebruikt worden. Om het vertrouwen van de inwoner te winnen, is het nodig om verantwoording af te leggen.

Dialogiseren

Wanneer we kijken naar het communicatiekruispunt van Van Ruler (1998), kunnen we stellen dat dialogisering een logische strategie is die past bij het advies van de Commissie Wallage. In plaats van informeren, wil de inwoner nu graag in dialoog. Bij het huidige persbeleid wordt er eenzijdig geïnformeerd. De gemeente maakt gebruik van de eigen website en van Twitter om de persberichten openbaar te maken voor de inwoner. Met de pers wordt wel de dialoog aangegaan, maar dus niet direct met de inwoner.

De journalist

Bij dit onderzoek is het verder van belang dat er rekening gehouden wordt met Intermediaire Kaders (IMK's) en framing. De IMK's zijn in het geval van dit onderzoek de journalisten. Zij krijgen informatie van de gemeente en dit gebruiken zij om een artikel over te schrijven voor de inwoner van Soest. Beide partijen bedienen zij de inwoner, de gemeente en de journalist lijken hetzelfde doel te hebben. Alleen heeft het doel een andere achtergrond. De journalist schrijft voor de inwoner, deze leest de krant en verwacht nieuws dat betrekking heeft op zijn/haar

situatie. De gemeente schrijft vanuit de gemeente een persbericht, en vestigt de aandacht op een onderwerp dat zij belangrijk acht.

Bij beide partijen, de journalist en de gemeente, speelt framing een rol. Door op een bepaalde manier te schrijven, wordt een bericht in een bepaald kader geplaatst – bewust of onbewust. Dit is een aandachtspunt voor de gemeente.

Aangezien de gemeente Soest, onder andere, via de pers communiceert met haar inwoners, is dit een thema dat zeer relevant is.

Journalistieke keuzes

Omdat er in dit onderzoek gesproken wordt over pers en het persbeleid, zijn ook de journalistieke keuzes van belang. Op basis hiervan komt berichtgeving uiteindelijk in de media terecht.

Wanneer we hier naar kijken is het belangrijk om rekening te houden met de medialogica.

Vooraf framing, personalisering, meutevorming & hypes en nieuwswaarde als criterium zijn belangrijk om in gedachten te houden. De journalist maakt gebruik van deze 'logica', dus het is belangrijk voor de gemeente Soest om hier bij stil te staan.

Daarnaast zijn er objectieve nieuwswaardecriteria, waar de gemeente Soest bij aan kan sluiten. Door de eigen berichtgeving te 'testen' op deze criteria, kan zij kijken of zij aansluit op de criteria die de journalist hanteert. Naast de objectieve criteria, heeft de journalist ook een subjectieve rol. Dit heeft te maken met de persoonlijke keuzes en praktische overwegingen. Dit kan met de tijd van het jaar te maken hebben, maar ook met de omgeving waar de journalist zich bevindt.

Om aan te sluiten op de objectieve nieuwswaardecriteria, is het handig om een aantal tips te volgen. Hierdoor wordt de kans groter dat een bericht geplaatst wordt.

4. Beantwoording van de deelvragen

In dit hoofdstuk worden de antwoorden op de deelvragen geformuleerd. Deze deelvragen worden beantwoord aan de hand van alle verkregen resultaten die zijn voortgekomen uit de diverse onderzoeksmethoden. Er hebben interviews plaatsgevonden met journalisten van de lokale en regionale pers waar de gemeente Soest hoofdzakelijk contact mee heeft. Daarnaast heb ik bij vier andere gemeenten het persbeleid opgevraagd. Om te kijken wat er opvalt in de berichtgeving over Soest, heb ik krantenberichten geanalyseerd van de lokale en regionale kranten. Ook de website van RTV Utrecht is hierbij betrokken.

1. Wat is het huidige persbeleid van de gemeente Soest?

Bij deze eerste deelvraag zijn er twee zaken van belang. Wat is het huidige persbeleid van de gemeente, en zijn er punten uit de communicatienota Zichtbaar Dichtbij die van toepassing zijn op het persbeleid. Om uiteindelijk berichtgeving aan te laten sluiten bij Zichtbaar Dichtbij, is het ook belangrijk om te weten of er in het contact tussen de pers en de gemeente, zoals is vastgelegd in het persbeleid, ook voldoet aan de communicatienota. Daarom vindt u als laatste onderdeel in de beantwoording hieronder, de punten die van toepassing zijn op het persbeleid. In het eerste gedeelte vindt u wat het huidige persbeleid van de gemeente Soest is.

Binnen de gemeente Soest zijn er intern regels hoe men omgaat met de pers. Het college van B&W heeft op 31 augustus 2010 deze regels vastgesteld. Deze regels zijn tot stand gekomen via een B&W adviesnota die het cluster communicatie heeft ingediend.²² Het uitgangspunt is dat het cluster communicatie de regiefunctie heeft wanneer er persvragen binnenkomen. Het cluster houdt het overzicht en coördineert het overzicht.²³ Deze regels zijn op drie gebieden opgesteld, namelijk persvragen, persberichten en het persgesprek. Door deze regels weet iedereen in de organisatie wat er van hem of haar verwacht wordt in relatie tot de pers. Naast deze drie gebieden zijn er afspraken gemaakt met Radio Soest. Ook is er binnen de visie Zichtbaar Dichtbij, een extra adviesnota geschreven om nieuwe media te implementeren binnen het communicatiebeleid.

Perstelefoon

Vanaf 18 mei 2010 werkt het cluster communicatie met een perstelefoon. Deze telefoon staat aan van 8.30 tot 17.30, daarna gaat deze uit tenzij er een crisissituatie is. De aanleiding waarom er is gekozen voor een perstelefoon is om beter bereikbaar te zijn voor de pers, ook wanneer het cluster communicatie niet op haar vaste werkplek zit. Daarnaast is het een middel om persvragen te reguleren in de werkzaamheden. In plaats van dat verschillende mensen met vragen bezig zijn, komen ze nu op één punt binnen en dus ook bij één persoon. De perstelefoon zorgt er ook voor dat medewerkers niet langer hun privé mobiele nummer hoeven af te geven aan journalisten.

Bij het introduceren van de perstelefoon is er ook voor gekozen om binnenkomende persvragen te registreren. Op deze manier kan een collega een vraag overnemen wanneer deze niet binnen een dag beantwoord kan worden. Daarnaast komen er soms dezelfde persvragen binnen van verschillende journalisten. Bij deze vragen kan dan exact dezelfde procedure gevolgd worden zodat journalisten een eenduidig antwoord krijgen.

Er is naar de pers gecommuniceerd dat er vanaf 18 mei 2010 een perstelefoon is. In de mededeling waar dit in is vermeld staat ook dat een vraag die voor 14.00 is gesteld, dezelfde dag nog beantwoord zal worden.²⁴

Persgesprek

Iedere donderdagochtend om 9.00 vindt het persgesprek plaats. Bij dit persgesprek zit altijd een collegelid om onderwerpen toe te lichten, die besproken zijn in de wekelijkse B&W vergadering. In overleg tussen de collegeleden wordt besloten welk collegelid deelneemt aan het persgesprek. De besproken B&W nota's worden aan de pers ter beschikking gesteld, met daarbij een agenda van de aanwezige stukken. Voor de collegeleden worden er, door een medewerker van het cluster communicatie, kernboodschappen geformuleerd. Bij het persgesprek is ook altijd een medewerker van het cluster communicatie aanwezig.

Persberichten

De gemeente Soest werkt met een decentrale communicatiestructuur. Dit betekent onder andere dat alle afdelingen zelf verantwoordelijk zijn voor het schrijven van persberichten. Deze persberichten komen vervolgens bij het cluster communicatie terecht, waar deze

²² Gemeente Soest. (2010) *Adviesnota gemeente Soest: Persbeleid*. Soest: Gemeente Soest

²³ Gemeente Soest. (2010) *Hoe gaan we met de pers om, intern*. Soest: Gemeente Soest

²⁴ Gemeente Soest. (2010) *Mededeling voor de pers*. Soest: Gemeente Soest

geredigeerd worden. Na het redigeren is de vakinhoudelijk ambtenaar de persoon die het persbericht aan de verantwoordelijke wethouder moet laten zien ter goedkeuring. Vervolgens verstuurt het cluster communicatie het persbericht naar de pers via de email. Er is een vaste perslijst waar persberichten naar toegestuurd worden. Vervolgens worden persberichten geplaatst op de website van de gemeente. Daarnaast worden persberichten vanaf 29 augustus 2011 ook kenbaar gemaakt via Twitter.

Vergelijk met andere gemeenten

Het persbeleid van de gemeente Soest heb ik vergeleken met andere gemeenten. De keus voor de gemeenten is gemaakt op inwoneraantal en op ligging. Zo bevinden de gemeente Houten en Baarn zich in dezelfde regio, en hebben Barendrecht en Waalwijk ongeveer een gelijk inwoneraantal. Een uitgebreid overzicht van het persbeleid van de andere gemeenten vindt u in de bijlage onder 'Resultaten'.

Wanneer we het persbeleid van de gemeente Soest vergelijken met het persbeleid van andere gemeenten, zien we het volgende overzicht:

Persbeleid		Overeenkomsten	Verschillen t.o.v. Soest
	Baarn	Openbare besluitenlijst verzenden	Sporadisch persgesprek
		Coördineren van telefonische persvragen	Geen perstelefoon
		Representatieve agenda naar media	
	Barendrecht	Decentrale communicatie	
		Dossier met persvragen	Sporadisch persgesprek
		Persberichten op Twitter	Themagerichte verzendlijst
		Ambtenaren praten niet zonder toestemming met de pers	
	Waalwijk	Decentrale communicatie	Persgesprek op dinsdagmiddag
		Persvragen komen binnen bij communicatie	Hulpmiddelen schrijven persberichten voor medewerkers op intranet
	Houten	Decentrale communicatie	Geen vastgesteld persbeleid
		Persvragen ontvangen en beantwoorden	Wekelijks persgesprek op dinsdagmiddag (wel een collegebesluit)
		Persberichten versturen via email, website en op Twitter	Geen perstelefoon, een vaste adviseur per wethouder
			Piketdienst, tot 22.30 bereikbaar voor journalisten (valt samen met crisispiket)

Wat hierbij direct opvalt is dat niet iedere gemeente een vastgesteld persbeleid heeft. Zo heeft de gemeente Houten geen vastgesteld persbeleid, maar een verzameling acties en handelingen. Van deze acties is één actie vastgelegd middels een collegebesluit. De gemeenten Barendrecht en Waalwijk hebben wel een persbeleid. De gemeente Baarn heeft binnen de communicatienota een persprotocol opgesteld. Hierin staat ook de acties en handelingen van de gemeente per verantwoordelijke medewerker. Hier staat precies in wie welke rol heeft bij een bepaalde handeling richting de pers.

Ervaring van lokale en regionale pers

Om te weten wat de ervaringen zijn van de lokale en regionale pers met het persbeleid van de gemeente Soest, hebben er interviews plaatsgevonden. Over het algemeen was de pers positief over het contact dat zij met de gemeente hebben. Wel hebben zij aangegeven dat er verbeterpunten zijn. De belangrijkste ervaringen ziet u hieronder schematisch weergegeven.

Interviews		
Uitblinkers	Persberichten	Inhoud
		Lengte
		Foto's
		Citaten
		Aantal berichten
	Perstelefoon	Bereikbaarheid
		Welwillendheid
		Gesprek met een ambtenaar of wethouder
	Persgesprek	Open en informele sfeer
		Actuele onderwerpen
		Mogelijkheid voor vragen
		Persstukken zijn uitgebreid
Verbeterpunten	Persberichten	Schrijfstijl is formeel
		Gebruik van cliché citaten
		Vanuit de gemeente gedacht
		Bij het verzenden een korte samenvatting meesturen.
	Perstelefoon	Interne lange weg → belemmering voor hoor en wederhoor
		Pr voor de gemeente
		Omweg via communicatie
	Persgesprek	Voorselectie van onderwerpen
		Informeel → zorgt soms voor weinig zakelijkheid en precisie
		Niet iedereen is 'in-crowd'

Zoals u ziet, is hier een onderscheid gemaakt tussen de drie momenten waar de pers contact heeft met de gemeente Soest. Wat nu van belang is, is om te kijken of de berichtgeving die de gemeente aanreikt aan de journalisten ook terecht komt bij de inwoners van Soest. Bij de volgende deelvraag komen we hier op terug.

Zichtbaar Dichtbij in het persbeleid

Het contact met de pers, zoals dat in het persbeleid staat beschreven, voldoet dit aan de communicatienota Zichtbaar Dichtbij, dat is de kwestie die hier centraal staat. Om hier een antwoord op te krijgen, heb ik verschillende passages uit de communicatienota hieronder weergegeven. Bij de passages vindt u een verantwoording waarom dit van toepassing is op het persbeleid.

Vanuit de communicatienota zijn de volgende punten van toepassing op de pers en het persbeleid:

- Inzetten op duurzame relaties, samenwerking is als vanzelfsprekend aanwezig

De gemeente Soest heeft een relatie met de pers opgebouwd. Een samenwerking tussen de pers en de gemeente is van belang. Ieder heeft een eigen belang, maar toch is er een zekere vorm van samenwerking. Deze samenwerking is vastgelegd in het persbeleid. Hier staan de contactmomenten in beschreven. Doordat de journalisten al meerdere jaren bij de verschillende media werkzaam zijn, is de samenwerking al als vanzelfsprekend aanwezig.

Het is wel van belang dat de pers zich gewaardeerd blijft voelen. In de interviews hebben zij aangegeven dat er tweemaal een perslunch is georganiseerd. In deze perslunches zijn verschillende verbeterpunten aangekaart. Zo zouden bijvoorbeeld de persstukken bij een persgesprek een half uur vooraf beschikbaar zijn. Ook hebben de journalisten aangegeven dat zij het gebruik van de perstelefoon niet fijn vonden.²⁵ "Het is omslachtig en komt wantrouwend over", aldus de pers. Met deze punten is vervolgens niks gedaan. Bij deze perslunch in 2009 is ook afgesproken dat na een half jaar een evaluatie zou komen, deze heeft tot op heden niet plaatsgevonden. Dit doet een relatie geen goed, omdat het vertrouwen is geschaad. De gemeente heeft niet gedaan wat zij belooft heeft.

- Aansluiten bij de beleving/perspectief van bewoners, van buiten naar binnen, denken en doen

Dit is een punt uit de communicatienota die zowel voor de gemeente Soest van belang is, als voor de pers. De pers heeft aangegeven dat zij schrijft voor de inwoners, het nieuws moet dus ook dichtbij de inwoner staan. De gemeente wil hetzelfde. Zij wil met haar beleid aansluiten bij het perspectief van de bewoner. Door dit zichtbaar te maken in de berichtgeving die zij als gemeente naar buiten brengt door middel van persberichten en het persgesprek en het antwoord op persvragen, kan zij dit ook waarmaken. Voor de inwoner wordt dan zichtbaar dat de gemeente aansluit op de beleving van de inwoner. Wel moet hier worden opgemerkt dat journalisten en gemeenten andere belangen hebben. De gemeente wil haar inwoners informeren over beleid en de journalist wil de inwoner in het algemeen informeren door een nieuwsitem te publiceren. Eerder heeft u kunnen lezen wat nieuwsriteria zijn voor journalisten. Dit verschilt met het doel dat de gemeente heeft bij berichtgeving in de media.

- Goede beeldvorming over en weer (duidelijkheid waar iedereen voor staat)

Door middel van het persbeleid kan de gemeente Soest proberen een beeldvorming weer te geven die zij zelf wenst. Door bewust een keuze te maken in welke berichten zij uitzendt, en hoe zij deze verwoordt is dit mogelijk. Een goede beeldvorming betekent ook goede en slechte berichten kenbaar maken. Wanneer er een goede relatie is met de pers, is de kans ook aanwezig dat er een goede beeldvorming neergezet wordt. Als journalisten de juiste informatie krijgen, kunnen zij een compleet verhaal vertellen.

- Communicatie met middelen als website, folders en kranten is nuttig en belangrijk. Maar zeker zo van belang is persoonlijk contact met de inwoner en organisaties en een positieve belevenis daarvan. Deze contactmomenten zichtbaar maken bijvoorbeeld via media.

Dit punt uit de communicatienota Zichtbaar Dichtbij is zeker van toepassing op het persbeleid. Door contactmomenten tussen inwoner en bestuur zichtbaar te maken, laat men zien dat de gemeente in contact wil komen met de inwoner. Een voorbeeld hiervan zijn de participatietrajecten. Hier maakt de gemeente Soest contact met de inwoner en doet zij ook iets met dat contact. De gemeente laat zien dat zij wil samenwerken met de inwoner. Het meesturen van foto's bij persberichten, vergroot de kans dat een inwoner dit ook echt te zien krijgt in de media.

²⁵ Gemeente Soest. (2009) *Verslag perslunch*. Soest: Gemeente Soest

Als we kijken naar de definitie van persbeleid, waar we in dit rapport van uitgaan:

Het persbeleid is het beleid waarin staat beschreven hoe de organisatie de contacten met de pers organiseert. Dit persbeleid behoort een afgeleide te zijn van het algemeen vastgestelde beleid.

Dan kunnen we concluderen dat er een persbeleid is, waarin staat omschreven hoe de contacten met de pers georganiseerd zijn. Dit beleid hoort een afgeleide te zijn van het algemeen vastgestelde beleid, namelijk het collegeprogramma voor 2010-2014, dat is gespecificeerd in de communicatienota Zichtbaar Dichtbij.

Wat opvalt binnen het persbeleid is dat het gebruik van de perstelefoon als reactief gezien kan worden. Er wordt gereageerd op vragen die binnenkomen, tussen 9.00 en 17.30 uur. In het persgesprek worden de onderwerpen behandeld die ook in het college van B&W zijn besproken. Dit is een proactieve houding. Bij persberichten wordt nieuwe berichtgeving verzonden aan de pers, dit kan ook als proactief beoordeeld worden.

Als we naar bovenstaande resultaten kijken, dan zijn er punten die nog in het persbeleid opgenomen kunnen worden om dit persbeleid beter te kunnen laten aansluiten op het algemene communicatiebeleid. Bij de aanbevelingen vindt u deze terug.

Manier van informatie verzenden

Bij het verzenden van de informatie, kan de gemeente Soest ook op een andere manier rekening houden met de pers, om vervolgens Zichtbaar Dichtbij de inwoner te komen. Bij het verzenden van berichtgeving, kan de gemeente namelijk rekening houden met de journalist, en de relatie met die journalist. "Er is één factor van doorslaggevend belang voor de toegang tot de media: de journalist." (Graaf & Steinmetz 2006, p. 111) Een goede relatie met de journalist kan helpen. Zo kan de gemeente rekening houden met hun werkwijzen, maar ook deals sluiten. Een respectvolle en serieuze benadering van de journalist helpt altijd. Het is ook goed om een journalist zo af en toe te ontmoeten, zodat hij of zij actuele informatie ontvangt. We kunnen dit vergelijken met een eerder genoemd feit, de verschillende bronnen die een journalist heeft. Het nieuws dat dichtbij de journalist gebeurt, heeft sneller kans om gepubliceerd te worden. Als de gemeente dichtbij de journalist komt, maakt zij ook meer kans dat haar berichtgeving in de media terecht komt. "Zorg dat je dus een beetje in de nabijheid van de pers komt." (Graaf & Steinmetz, 2006, p. 113)

In het huidige persbeleid van de gemeente Soest is dit onderdeel ingebouwd door wekelijks een persgesprek te organiseren, en doordat de pers kan bellen met de gemeente via de perstelefoon. Er is in dit persbeleid niet opgenomen dat er op een proactieve manier contact wordt onderhouden met de pers. De gemeente kan proactiever worden in het contact met de pers. Zo kan zij themabijeenkomsten organiseren zodat de pers over een bepaald thema bijgepraat wordt. Daarnaast kan de gemeente meewerken aan exclusiviteit als een journalist met een onderwerp bezig is dat nog niet door andere pers is opgevangen. Deze aanbevelingen worden verder uitgewerkt bij de aanbevelingen.

2. Wat valt op in de berichtgeving over Gemeente Soest in de lokale en regionale media?

Om het antwoord op deze deelvraag te vinden heb ik berichten van vier kranten geanalyseerd. Dit zijn de Soester Courant, de Soest Nu, de Gooi- en Eemlander en het AD Amersfoortse courant. Daarnaast is de website van RTV Utrecht ook betrokken bij het onderzoek.

In totaal zijn er in de onderzoeksperiode 13 persberichten verstuurd, zijn er 4 persgesprekken geweest en zijn in de maanden december, januari en februari de persvragen geregistreerd. Om de resultaten van deze analyses overzichtelijk weer te geven, heb ik gekozen voor onderstaande schema's. Hier staat per medium geformuleerd wat ik heb geconstateerd.

Een eerste vraag is; naar aanleiding van welke informatiebron worden artikelen geschreven. Er zijn drie manieren waarop de pers informatie ontvangt, maar welke bron levert de meeste artikelen op. Hieronder ziet u een overzicht van de berichtgeving.

Medium	Informatiebron	Aantal artikelen
Soester Courant	Persbericht	13
	Persgesprek	6
	Persvraag	1
Soest Nu	Persbericht	8
	Persgesprek	3
	Persvraag	1
Gooi- en Eemlander	Persbericht	10
	Persgesprek	6
	Persvraag	6
AD Amersfoortse courant	Persbericht	5
	Persgesprek	3
	Persvraag	3
RTV Utrecht (website)	Persbericht	0
	Persgesprek	0
	Persvraag	0

Wat aan bovenstaand schema opvalt is dat de Gooi- en Eemlander in het interview aangaf niet veel met persberichten te doen. Maar op basis van de analyses blijkt dat de meeste artikelen in de krant, corresponderen met persberichten die de gemeente heeft uitgestuurd. Daarnaast blijkt in zijn algemeenheid dat persberichten de meeste gebruikte informatiebron is voor journalisten om een artikel te schrijven of te plaatsen.

Wat ook opvalt is dat de lokale kranten en de Gooi- en Eemlander de meeste berichten over Soest gepubliceerd hebben. De regionale krant het AD Amersfoortse courant heeft minder artikelen geplaatst en RTV Utrecht geen. RTV Utrecht heeft in het interview aangegeven dat zij te weinig mankracht hebben om alle gemeenten in de regio evenredig veel aandacht te geven. Uit praktische overweging wordt er bijvoorbeeld vaker over de stad Utrecht of Woerden geschreven. Dit komt omdat journalisten van dit medium wonen in deze gemeenten en daardoor sneller nieuws oppakken.

Per medium heb ik hieronder de opvallende uitkomsten van de analyses weergegeven.

	Positief voor Soest	Aandachtspunt voor Soest
Soester Courant	Van de 20 berichten staan er 4 op de voorpagina. 7 berichten zijn positief* geformuleerd. 12 berichten zijn neutraal** geformuleerd. 18 berichten zijn in eigen bewoording geschreven, en daarvan is er slechts 1 negatief*** geformuleerd. 2 persberichten zijn letterlijk overgenomen. In 5 berichten wordt een citaat van de wethouder benoemd. In twee berichten wordt de woordvoerder geciteerd. 17 berichten behoren tot de grootste artikelen op de pagina.	1 van deze 4 berichten op de voorpagina is negatief geformuleerd. 1 bericht elders in de krant is negatief geformuleerd.
Soest Nu	Er zijn 5 van de 11 berichten op de voorpagina geplaatst 5 berichten zijn letterlijk overgenomen. 2 berichten zijn positief* geformuleerd 8 berichten zijn neutraal** geformuleerd. In 3 artikelen wordt een citaat van een wethouder gebruikt. In 10 gevallen behoort het artikel tot de grootste van de pagina.	1 bericht is negatief*** geformuleerd, dit betreft een column. In dit artikel wordt 1 citaat gebruikt.
Gooi en Eemlander (editie Eemland)	Van de 22 berichten, staan er 18 op de voorpagina van het regionaal nieuws. Van al deze berichten zijn er 8 berichten positief* geschreven. Daarnaast zijn er 7 berichten neutraal** geformuleerd. In 12 gevallen behoort de berichtgeving tot de grootste berichten op de pagina	Subjectieve berichtgeving door eigen bewoording van journalisten (in 20 berichten eigen bewoording gebruikt) 7 van de 22 berichten zijn in het nadeel*** van de gemeente Soest geschreven. Er wordt in slechts 4 berichten een citaat van een wethouder benoemd.
AD Amersfoortse courant	11 berichten geplaatst nav de uitgestuurde berichtgeving Gemeente Soest is tweemaal op de voorpagina geplaatst In 9 gevallen was de berichtgeving over Soest een van de grootste artikelen Er zijn 3 positieve* berichten geplaatst. Er zijn 7 neutrale** berichten geplaatst. 10 van de 11 berichten zijn geschreven vanuit eigen bewoording, en er is slechts 1 artikel waar dit negatief gebeurd.	In de onderzoekswEEK van november zijn er geen berichten geplaatst nav persberichten. Er wordt in slechts één artikel een citaat van een wethouder gebruikt. In twee gevallen een citaat van een ambtenaar. Er is één negatief*** artikel geplaatst.
RTV Utrecht (website)	x	Geen berichten op de website naar aanleiding van berichtgeving door de gemeente Soest verstuurd.

*Met positief wordt bedoeld dat de gemeente niet in diskrediet gebracht wordt. Daarnaast wordt er in deze berichten een gunstig beeld van de gemeente getoond.

** Neutraal betekend dat berichten niet in het voordeel noch in het nadeel van de gemeente zijn geschreven, het is onpartijdig.

*** Met de term nadeel/negatief wordt bedoeld dat de gemeente ongunstig wordt weergegeven in de berichtgeving.²⁶

²⁶ Van Dale (2012) *Online woordenboek*.

Belangrijke onderwerpen

Hieronder ziet u een overzicht van alle berichtgeving in de verschillende media. De kaders die groen zijn weergegeven zijn het belangrijkste gebleken voor de journalisten. Over deze onderwerpen zijn namelijk de meeste artikelen geschreven. In het schema kan u ook zien waar de gemeente aandacht aan heeft gegeven in de contactmomenten. Hier kunt u dus zien of de berichten die journalisten als belangrijk ervaren, ook voor de gemeente Soest belangrijk zijn.

	Onderwerp	Aantal artikelen	Persbericht	Persgesprek	Persvraag
Nov	Voornemen tot gunning exploitatie Spleasure centrum	4	Ja	Nee	Nee
	Soest vordert geld van bouwbedrijf	1	Nee	Ja	Nee
Dec	Gemeente Soest en stichting Cultuurplatform Soest slaan handen ineen voor Gemeentelijke Cultuurprijzen	4	Ja	Ja	Nee
	Stroomstoring in Soest	2	Ja	Nee	Nee
	Zwembad twee dagen dicht	3	Ja	Nee	Nee
	Tarief identiteitskaart kinderen tot en met 13 jaar fors omhoog	1	Ja	Nee	Nee
	Aanvragen/afhalen rijbewijzen niet mogelijk op 28-30 december	1	Ja	Nee	Nee
	Verlaging richtprijzen bijzondere bijstand	1	Nee	Ja	Nee
	Pleisterplaats	2	Nee	Nee	Ja
	Rosan Coppes en ouderenbond	2	Nee	Nee	Ja
Jan	Cursus duurzaam tuinieren	1	Ja	Nee	Nee
	Informatieavond collectief inkopen zonnepanelen	4	Ja	Nee	Nee
	Speel- en speurtoonstelling over natuur in stad en dorp. Merelmest, miezemuizen en hommelpap	2	Ja	Nee	Nee
	Controles op afvalscheiding *	5	Ja	Nee	Ja
	Nieuw handhavingsbeleid voor fysieke leefomgeving	4	Ja	Ja	Nee
	Prijsuitreiking vuurwerkafval	1	Nee	Nee	Ja
	Nota Zichtbaar Dichtbij	1	Nee	Ja	Nee
	Lekkage douches in sportaccommodatie	1	Nee	Nee	Ja
	Bouw woningen mogelijk bij vliegbasis	1	Nee	Nee	Ja
Feb	Bewoners onderhouden zelf openbaar groen	5	Ja	Nee	Nee
	Inwoners kiezen winnaar fotowedstrijd 'Gezichten van Soest en Soesterberg'	3	Ja	Nee	Ja
	Nieuwe afvalcontainer uitgesteld	3	Nee	Ja	Nee
	Wielrenners Classico door Soest/Soesterberg	1	Nee	Ja	Nee
	Kosten uitkering	2	Nee	Ja	Nee
	Subsidie voor plaats in theater	1	Nee	Ja	Nee
	Aanvraag nachtbus Amersfoort-Soest	2	Nee	Ja	Nee
	Soest-Soest 60 jaar	1	Nee	Ja	Nee
	Ontstopbedrijf	1	Nee	Nee	Ja

*Met de term negatief wordt bedoeld dat de gemeente ongunstig wordt weergegeven in de berichtgeving.²⁷

²⁷ Van Dale (2012) *Online woordenboek*.

Naar aanleiding van het schematische overzicht kunnen we zeggen dat de zes artikelen waar de pers de meeste aandacht heeft gegeven, zijn geschreven vanuit een persbericht. Daarnaast is er ook in twee van deze gevallen nog extra aandacht gegeven aan de onderwerpen tijdens het persgesprek. Van de 6 verschenen artikelen waar veel aandacht naartoe is gegaan, is er één negatief onderwerp. Het betreffende artikel is in het schema aangeduid met een ster.

Wat opvalt in het overzicht is dat er berichten tussen staan die niet met beleid te maken hebben. Zo is er bijvoorbeeld een persbericht uitgegaan omdat er een stroomstoring was. De taak van de gemeente is om de inwoner te informeren over dit soort zaken, maar dit betreft niet een bericht over het beleid van de gemeente. Om een zo compleet mogelijk beeld weer te geven heb ik een overzicht gegeven van alle verschenen berichtgeving.

3. Sluit de gemeente Soest in haar eigen berichtgeving aan op de uitgangspunten die staan omschreven in Zichtbaar Dichtbij?

Om deze deelvraag te beantwoorden moeten we verschillende dingen weten.

- Wat is Zichtbaar Dichtbij communiceren voor het cluster communicatie?
- Voldoet de berichtgeving die de gemeente zelf zendt, aan de uitgangspunten van Zichtbaar Dichtbij

Om de bovenstaande vragen te beantwoorden heb ik verschillende analyses uitgevoerd. Voor de eerste vraag heb ik input gebruikt vanuit een clusteroverleg met het cluster Communicatie. In dit overleg hebben we besproken wat Zichtbaar Dichtbij communiceren betekent voor de collega's uit het cluster. Dit omdat het beleid van de gemeente stelt dat de communicatie Zichtbaar Dichtbij de inwoner moet komen. Vanuit de expertise van het cluster communicatie is er op papier gezet wat dat voor de communicatie betekent.

Voor de tweede vraag heb ik de persberichten die verstuurd zijn tijdens de onderzoeksweken, geanalyseerd naar aanleiding van een schema. De criteria in dit schema zijn geformuleerd aan de hand van de punten die het cluster communicatie heeft benoemd en aan de hand van literatuur.

Zichtbaar Dichtbij voor het cluster Communicatie

Om te voldoen aan de communicatienota Zichtbaar Dichtbij, is door het cluster communicatie een aantal zaken besproken. Wat is Zichtbaar Dichtbij communiceren, dat was de vraag die centraal stond tijdens een clusteroverleg. Uit het overleg zijn de volgende punten naar voren gekomen:

- Veel gebruik maken van beeldmateriaal
Herkenbaar Soest (zowel fysieke omgeving als typische Soester activiteiten)
Mensen op de foto
Onderwerp in close-up of combinatie van veraf en dichtbij (bijvoorbeeld een overzichtsfoto van een straat maar met op de voorgrond een boom)
- Toegankelijk en eenvoudig schrijven
Lezer direct aanspreken (de lezer = u, de gemeente = wij)
Gebruik van quotes in persberichten en redactionele artikelen
Beperk de hoeveelheid tekst
Gebruik korte, aansprekende kopjes
Actieve schrijfstijl (geen 'door' en geen 'zullen')
- Zichtbaar Dichtbij middelen en activiteiten
College van B&W op pad in Soest/in de wijk (in beeld brengen)
Inzetten van filmpjes

Vanuit de theorie van Creyghton (2006), effectief en creatief schrijven, kunnen we daar de volgende punten aan toevoegen.

- Gebruik namen van personen
- Gebruik woorden die een geslacht aangeven (als het geslacht niet duidelijk is hebben ze minder een persoonlijke lading)
- Om een helder stuk te schrijven, kunnen beter korte dan lange zinnen gebruikt worden. Maar een stuk dat alleen maar uit korte zinnen bestaat, is saai, ontwikkelt zich hortend en leest daarom moeilijk. En voelt voor de lezer vaak agressief, opdringerig aan. De schrijver zelf moet een redelijk evenwicht hierin vinden; natuurlijk afhankelijk van de strekking, de aard en het doel van het verhaal. (Creyton, 2006, p. 150)
- Voorzetseluitdrukkingen en naamwoordstijl: probeer ze te vermijden.
Voorzetseluitdrukkingen zijn: 'Naar aanleiding van', 'met betrekking tot' en 'ten aanzien van'.
In de naamwoordstijl maakt u van een werkwoord een zelfstandig naamwoord. Het typische van het werkwoord is dat het actie in de zin brengt, het zelfstandig naamwoord zegt wat een ding is en is dus van nature statisch. (Creyton, 2006, p. 155)
- Vermijden van dure ambtenarenwoorden (bijvoorbeeld participatie=deelname, slotsom=conclusie)²⁸

²⁸ Buma, Y., (2011) *Persoonlijke schrijven*. Creatief schrijven; uitgereikt tijdens het vak Copywriting

We kunnen dus zeggen dat Zichtbaar Dichtbij communiceren in persberichten bestaat uit:

Toegankelijk en eenvoudig schrijven, in actieve vorm en ambtenarenwoorden vermijden. Het gebruik van quotes van betrokkenen of wethouders. Geen grote hoeveelheden tekst, en als het nodig is korte aansprekende kopjes gebruiken. Het gebruik van namen, of een geslachtsaanduiding. Een evenwicht vinden in het gebruik van korte en langere zinnen. Geen voorzetseluitdrukkingen gebruiken. Waar mogelijk een foto meesturen. Op deze manier laat de gemeente zien dat zij duurzame relaties met de inwoners en partners aangaat. Vooral de contactmomenten tussen bestuur en inwoner zijn belangrijk om in beeld te brengen.

Zichtbaar Dichtbij in berichtgeving

Vanuit de beschrijving die hierboven staat, heb ik bekeken of de berichtgeving die de gemeente zelf zendt Zichtbaar Dichtbij is geschreven. Hiervoor heb ik alleen de persberichten gebruikt, omdat hierin goed is te zien of dit aan de 'eisen' voldoet. "Daarnaast valt of staat elke poging om in de media te komen, met een helder persbericht." (Graaf & Steinmetz, 2006, p. 114) Het betreft 13 persberichten.

	Aantal keer gebruikt
Beeldmateriaal meegestuurd	2
Inwoner direct aanspreken	5
Quotes gebruikt	4
Kleine hoeveelheid tekst	7
Korte, aansprekende kopjes	3
Actieve schrijfstijl	11
Namen benoemd	4
Moeilijke ambtenaren woorden gebruikt	2

In dit schema kunt u zien dat nog niet van alle punten optimaal gebruik gemaakt wordt. Er kunnen nog vaker foto's meegestuurd worden met persberichten. Daarnaast kan er ook nog een vertaalslag gemaakt worden in het direct aanspreken van de inwoner. Nu valt op dat er nog in het algemeen gesproken wordt over 'de inwoner kan...'. Door de vertaalslag te maken naar 'u kunt...', is de directe manier van aanspreken al gemaakt.

Het gebruik van quotes is ook nog niet helemaal uitgewerkt. Wanneer het college Zichtbaar Dichtbij wil komen, dan kan er vaker een quote van de wethouder gebruikt worden. Hierdoor geeft het gemeentebestuur aan dat het nieuws dat wordt meegedeeld zo belangrijk is, dat de wethouder er tijd voor maakt.

De hoeveelheid tekst is over het algemeen goed. In enkele gevallen is het persbericht erg lang. In sommige van deze gevallen is er ook geen gebruik gemaakt van kopjes, dat kan een persbericht moeilijk leesbaar maken.

Namen van betrokkenen is ook niet in alle gevallen gebeurd. Dit maakt de persberichten soms onpersoonlijk van aard.

Positief is dat er in slechts twee gevallen gebruik is gemaakt van ambtelijke woorden. Door het gebruik van moeilijke woorden, is het bericht voor inwoners niet makkelijk te lezen. De journalist zal hier dus een behoorlijke vertaalslag in het bericht gaan maken. Dit maakt de kans groter dat een bericht anders overkomt dan bedoeld.

5. Beantwoording van de hoofdvraag

Sluit de berichtgeving over de gemeente Soest in de verschillende media, op basis van de berichtgeving die zij zelf uitzendt, aan op de uitgangspunten uit Zichtbaar Dichtbij?

De berichtgeving over de gemeente Soest voldoet nog niet optimaal aan de uitgangspunten uit Zichtbaar Dichtbij. Dit heeft verschillende redenen. In de berichtgeving in de verschillende media is er in een aantal gevallen negatief over de gemeente Soest geschreven. De berichtgeving, die is geanalyseerd, was gepubliceerd naar aanleiding van berichten die de gemeente Soest zelf heeft uitgezonden. Dat de berichtgeving in de media niet aansluit heeft met een aantal zaken te maken.

Een eerste reden hiervoor is dat de berichtgeving die de gemeente Soest zelf zendt nog niet helemaal voldoet aan de uitgangspunten van Zichtbaar Dichtbij. Het cluster communicatie heeft samen bepaald wat Zichtbaar Dichtbij communiceren is, maar dit is nog niet naar de overige medewerkers bericht. Er is immers een decentrale communicatiestructuur waarin medewerkers zelf hun persberichten schrijven. Door de medewerker handvatten te bieden waardoor hij of zij een persbericht Zichtbaar Dichtbij kan formuleren, is de kans groter dat een bericht juist bij de pers terecht komt.

Omdat de pers een intermediair is tussen de gemeente Soest en haar inwoners, komt de berichtgeving niet objectief bij de inwoner terecht. Een medium bepaalt zelf of en hoe er aandacht aan een bericht wordt geschonken. Daarnaast kan de pers berichten framen, waardoor de informatie in een ander 'kader' bij de inwoner terecht komt. Een voorbeeld hiervan is het persbericht van de gemeente over het feit dat de gemeente controles ging uitvoeren op afval. Dit bericht werd door een journalist geframed tot 'De gemeente Soest gaat wroeten in afvalbak'. Als ander punt kunnen we stellen dat de kans dat het bericht dat de gemeente verstuurt aankomt bij de inwoner verre van 100% is. Inwoners zijn selectief in het gebruik van media, daarom is de invloed van de media zeer beperkt.

Daarnaast is het huidige persbeleid van de gemeente Soest alleen gericht op het contact tussen de gemeente en de pers. Binnen dit contact is er eenzijdige communicatie door middel van persberichten, en tweezijdige informatie door middel van het persgesprek en de vragen die zij kunnen stellen via de perstelefoon. De communicatienota Zichtbaar Dichtbij is gericht op de inwoner van Soest en Soesterberg. Het persbeleid sluit hier niet direct op aan, deze is gericht op de pers.

Wel verspreidt de gemeente persberichten ook via de website en Twitter. Wat hier opvalt is dat deze berichten op Twitter zeer weinig worden geretweet. Wanneer dit wel gebeurt, doet vaak eenzelfde persoon dit.

Met het persbeleid komt de gemeente Soest niet zelf dichtbij de inwoner. De afzender van berichten is het medium waar het bericht uiteindelijk in terecht komt. Wel kan de gemeente in die media en aan de media laten zien dat zij als gemeente dichtbij de inwoner komt. Zo kan de gemeente beeldmateriaal meesturen, waarop dit te zien is.

6. Aanbevelingen

Hoe kan de gemeente Soest zorgen dat de berichtgeving over de gemeente Soest in de verschillende media, op basis van de berichten die zij zelf uitzendt, beter aansluit bij de communicatienota Zichtbaar Dichtbij?

Om te zien op welke punten de gemeente Soest een verbeterslag kan maken, heb ik de conclusies in een SWOT-matrix gezet. Hierbij worden de interne sterktes en zwaktes tegen de externe kansen en bedreigingen afgezet. Vervolgens komen hier vier mogelijke strategieën uit voort. (Huizingh, 2007, p. 152)

Om de berichtgeving over de gemeente Soest aan te laten sluiten bij de communicatienota Zichtbaar Dichtbij zijn de volgende acties aan te bevelen:

Groeien	Verbeteren
- Wordt pro-actiever in de omgang met de pers - Sluit aan op het journalistieke keuzeprocess - Participatie zichtbaar maken voor de inwoner - Foto's meezenden met berichten, maakt kans groter om in media terecht te komen	- Hulpmiddel voor medewerkers publiceren om persberichten Zichtbaar Dichtbij te maken - Persvragen actueel maken binnen de organisatie - Fotobank aanleggen om beeldmateriaal mee te kunnen sturen
Verdedigen	Terugtrekken of verdedigen
- Sluit aan op het mediagebruik van de inwoner - Twitter onderzoek doen, wie is de volger, wat verwacht hij/zij van de gemeente op Twitter. Berichtgeving kan via dit kanaal direct bij de inwoner terecht komen - Door meesturen van foto's een gewenst beeld in de media proberen te krijgen	- Eigen berichtgeving Zichtbaar Dichtbij maken, o.a. door medewerkers op te leiden - Persvragen actueel maken in de organisatie - Kijken of binnen het persbeleid de inwoner betrokken kan worden (zo ontvangen zij berichtgeving uit eerste hand)

(K.J. Alsem 2001 in Huizingh, 2006, p. 152)

Groeien:

1. Wordt proactiever in de omgang met de pers

Op dit moment heeft de gemeente Soest nog geen optimaal proactieve houding richting de pers. Het persgesprek is op dit moment het meest proactieve middel dat wordt ingezet. Dit kan de gemeente Soest gaan uitbouwen. In het rapport heeft u kunnen lezen dat hier verschillende argumenten voor zijn. Zo is het belangrijk om in de nabijheid van de journalist te komen. Nieuws dat dicht bij de journalist gebeurt, heeft grotere kans op plaatsing. Dichtbij de journalist komen kan op verschillende manieren.

a. Bel de journalist

Wanneer een journalist veel informatie ontvangt over een bepaald onderwerp, heeft hij of zij een compleet beeld van het gevoerde beleid. Door zelf een journalist deze informatie te geven, kom je de journalist tegemoet. Je laat als gemeente zien dat je meedenkt met de journalist. Graaf en Steinmetz (2006) benoemen dat het hierbij wel van belang is om de journalist op de juiste wijze te benaderen, niet als doorgeefluik, maar als beslissers. Niet alle informatie die je aandraagt zal direct geplaatst worden. Pas als er een bijdrage van gemaakt kan worden die enig publiek of maatschappelijk belang heeft, is de informatie interessant. Door contact te onderhouden met de journalisten, bouw je tevens aan een goede relatie. Deze relatie is en blijft van groot belang omdat: "Er is één factor van doorslaggevend belang voor de toegang tot de media: de journalist" (Graaf & Steinmetz, 2006, p. 111).

b. Organiseer een themabijeenkomst over participatie

Een belangrijk punt van het huidige college is dat zij communicatie en participatie extra aandacht geven. De Nederlandse burger verwacht ook steeds meer op te kunnen treden als coproducent. Het is een kans voor de gemeente om de participatietrajecten te laten zien aan de inwoner.

Wanneer zij de pers hier goed en extra over informeert, is de kans aanwezig dat de pers dit wil publiceren. De journalist bepaalt immers wat nieuws is. Dit doet hij of zij op basis van verschillende bronnen. Als de gemeente in de nabijheid van de pers komt, door bruikbare informatie aan te leveren, bouwt zij hiermee ook aan een goede relatie met de pers. Wanneer er een project is waar gebruik gemaakt gaat worden van een participatietraject, kan de

gemeente Soest hier een themabijeenkomst voor de pers voor organiseren. Op zo'n bijeenkomst kan het beleid dat de gemeente voert concreet gemaakt worden. Aan de hand van het voorbeeldtraject kan het beleid tevens als actie of iets verrassend gebracht worden. Op die manier speel je in op het journalistieke keuzeproces.²⁹

c. Werk mee aan primeurs of exclusiviteit

Het kan voorkomen dat een journalist iets op het spoor is dat andere journalisten nog niet weten. Als gemeente kan je dan kiezen om mee te werken aan exclusiviteit. Dit is belangrijk omdat de gemeente ook hiermee laat zien dat zij meedenkt met de journalist. Voor de gemeente kan dit voordelen opleveren, mits er goede afspraken zijn gemaakt. Zo kan zij de journalist alle juiste informatie verschaffen, zodat het verhaal dat gepubliceerd gaat worden wel helder en juist is. Wel is het belangrijk om bij een dergelijk geval goed te overwegen of het ook iets oplevert voor de gemeente. Als het risico te groot is dat dit niet het geval is, kan het raadzaam zijn om hier niet aan mee te werken.

Binnen de communicatiestrategie kan het ook passen om te werken met primeurs. Als er iets staat te gebeuren dat ingrijpend is voor de samenleving, kan de gemeente ervoor kiezen om een primeur te geven aan een journalist. Ook hier is het van belang dat er goede afspraken worden gemaakt. Bij een primeur kan de juiste informatie helder aan de journalist overgebracht worden, waarmee de kans op juiste vermelding ook groter wordt.

2. Sluit aan op het journalistieke keuzeproces

In dit rapport heeft u verschillende aspecten gezien die komen kijken bij het journalistieke keuzeproces. Door hierop aan te sluiten, wordt de kans groter om berichtgeving in de media te krijgen. Zo zijn er verschillende nieuwswaardecriteria waar een journalist rekening mee houdt. Het is goed om hier als gemeente ook naar te kijken. Daarnaast is het goed om een interessante bron te zijn en te blijven voor de pers. Betrek de journalist bij de gebeurtenissen, een journalist gaat namelijk zelf op zoek naar nieuwswaardige informatie. Door hierbij aan te sluiten, zorg je dat de journalist goed geïnformeerd blijft over de situatie. Bij een nieuwe ontwikkeling is de journalist dan op de hoogte van voorgaande ontwikkelingen. Hierbij is het ook verstandig om de agenda van de media te volgen. Wat is er interessant volgens de media, welke onderwerpen krijgen nu aandacht. Door dit te volgen, kan je hier op inspelen met eigen berichtgeving. Dit heeft ook te maken met de timing van het versturen van de berichtgeving. De gemeente doet er verstandig aan om hier goed op te letten. Kortom, houdt als cluster Communicatie de regie op de berichtgeving die de gemeente uitzendt. Kijk wat er speelt in de media, maar ook binnen de eigen organisatie. Zo kan je ervoor zorgen dat dit uiteindelijk op elkaar aansluit.

Om in de media te komen is het ook aan te bevelen om de berichtgeving zo te schrijven dat het aansluit bij de selectiecriteria. In de eigen berichtgeving kan nog een verbeterslag gemaakt worden ten aanzien van de schrijfstijl. Door de eigen medewerkers hier een handleiding voor de bieden, sluit de eigen berichtgeving al beter aan op het eigen beleid en de schrijfwijze die journalisten hanteren.

3. Participatie zichtbaar maken voor de inwoner

Een sterkte van de gemeente Soest is dat zij communicatie en participatie extra aandacht wil geven. Hier ligt een kans, omdat de Nederlandse burger ook steeds meer verwacht te kunnen optreden als coproducent. De gemeente Soest kan de participatietrajecten zichtbaar maken voor de inwoners, zodat er bij de inwoner begrip en draagvlak komt voor beleid. In de berichtgeving die de gemeente uitzendt kan zij juist aandacht geven aan deze projecten, omdat dit een gecontroleerde berichtenstroom is. Dit sluit ook aan bij de beleving van de inwoner van Soest. Wanneer de inwoner betrokken wordt bij het maken van beleid, komt dit beleid dichtbij de inwoner. (Pijll & Sterk, 2008) Voorwaarde is dat het getoonde participatietraject wel succesvol is.

Een aanbeveling is dus om bij participatietrajecten actief berichtgeving naar de pers te sturen. Dit maakt de kans groter dat er in de lokale en regionale pers aandacht aan geschonken wordt.

4. Foto's meezenden met berichten, maakt kans groter om in media terecht te komen

Er ligt voor de gemeente Soest een kans wanneer het gaat om beeldmateriaal. De journalisten hebben aangegeven dat het meesturen van foto's de kans groter maakt dat een artikel geplaatst wordt. Wanneer er ruimte is, dan wordt de foto gebruikt. Om aan te sluiten bij de communicatienota Zichtbaar Dichtbij is het ook aan te bevelen om beeldmateriaal mee te sturen. Hierin staat namelijk omschreven dat het college contactmomenten met de inwoners van Soest zichtbaar wil maken. Dit kan via de media.

²⁹ Wouters, B. (2011) Medialogica en framing. Powerpoint Mediakunde, HU FCJ

Om dit goed te implementeren is het raadzaam om bij alle (buiten)activiteiten van het college, een camera beschikbaar te stellen. Op die manier kunnen er foto's gemaakt worden van het college samen met de inwoner. Om dit goed te laten verlopen kan er een handleiding geschreven worden waarin wordt beschreven waar de foto's aan moeten voldoen. Zo weet iedere medewerker die de camera moet hanteren, wat er van hem of haar verwacht wordt. Om dit beleid snel toe te kunnen passen, is het ook raadzaam om een interne beeldbank aan te leggen, met verschillende soorten foto's van Soest. In zo'n beeldbank kan men alle foto's op thema's onderbrengen, maar ook logo's en andere veelgebruikte beelden kunnen hierin worden opgeslagen. Op die manier staan alle beelden van de organisatie bij elkaar.

Ook bij het in gebruik nemen van een beeldbank is het raadzaam om de medewerkers hiervan op de hoogte te stellen. Zij weten dan waar de foto's die zij zelf maken terecht komen, en daarnaast kunnen zij de foto's zelf gebruiken bij publicaties of andere activiteiten. Op die manier worden de beelden consequent en op verschillende plaatsen gebruikt, maar dienen zij hetzelfde doel. Het contact met de inwoner zichtbaar maken.

Bij het gebruik van de beelden voor zending naar de pers, is het raadzaam om dit in de beeldbank op te nemen. Zo voorkomt men dat foto's meerdere malen naar de pers verstuurt worden.

Verbeteren:

5. Richtlijnen voor medewerkers publiceren om persberichten Zichtbaar Dichtbij te maken

Binnen de gemeente Soest is er een decentrale communicatiestructuur. De medewerkers van de verschillende afdelingen schrijven hun eigen persberichten. Vervolgens redigeert de afdeling communicatie de berichten wanneer dit nodig blijkt. Wanneer de schrijfstijl moet voldoen aan Zichtbaar Dichtbij, is het raadzaam om de medewerkers hier een handleiding te geven. Hier kan men dan de algemene eisen van een persbericht in kwijt, zodat ook nieuwe medewerkers dit altijd kunnen raadplegen. Daarnaast kan men dan de schrijftips aanreiken zodat de berichtgeving voldoet aan Zichtbaar Dichtbij.

Naar een voorbeeld van de gemeente Waalwijk kan een handleiding als deze gepubliceerd worden op het intranet. Dit is beschikbaar op iedere werkplek voor iedere medewerker van de gemeente Soest. Wanneer dit slaagt, zorgt dit ook voor tijdswinst bij het cluster Communicatie. Als persberichten minder geredigeerd hoeven te worden, kan deze tijd aan andere zaken besteed worden.

6. Persvragen actueel maken binnen de organisatie

Door journalisten wordt aangegeven dat het soms lang duurt voor er een antwoord komt op persvragen die zijn gesteld via de perstelefoon. Dit kan komen omdat persvragen intern een lange weg afleggen. Dit is een 'zwakte' van het beleid. Wanneer men persvragen actueel maakt binnen de organisatie, kan dit een tijdswinst opleveren bij het beantwoorden van persvragen. Dit betekent dat er op iedere afdeling iemand verantwoordelijk is voor de beantwoording van de persvragen. Vijf dagen in de week, minstens van 9.00 tot 17.00 uur, dient hier een medewerker beschikbaar voor te zijn. Het is aan te bevelen om hier structureel aandacht voor te vragen bij afdelingshoofden, zodat dit te allen tijde een actueel onderwerp blijft.

Dit vergroot de kans dat de berichtgeving in de media, aansluit bij de uitgangspunten uit Zichtbaar Dichtbij. Wanneer pers niet op tijd antwoord krijgt, kan zij in een bericht vermelden dat de gemeente niet bereikbaar was voor commentaar. Dit wordt voorkomen door persvragen snel en adequaat te beantwoorden.

7. Fotobank aanleggen om beeldmateriaal mee te kunnen sturen

Van de gemeente Soest is het een zwakte dat er geen goed georganiseerde beeldbank aanwezig is. Er zijn niet genoeg foto's aanwezig om bij berichtgeving een foto mee te sturen. Hier ligt wel een kans, omdat journalisten hebben aangegeven dat een foto bij een bericht de kans vergoot op plaatsing in het medium. Het is dus aan te bevelen om een beeldbank te maken, waar veel verschillende foto's aanwezig zijn.

Deze aanbeveling ziet u verder uitgewerkt onder het kopje 'groeien' staan.

Verdedigen:

8. Sluit aan op het mediagebruik van de inwoner

U heeft in dit rapport kunnen lezen dat de inwoner selectief is in zijn mediagebruik. Wanneer een journalist de keuze maakt om berichtgeving van de gemeente niet in zijn medium te plaatsen, is de kans zeer klein dat het bericht bij de inwoner terecht komt. De inwoner moet dan zelf naar de website van de gemeente gaan, of het Twitteraccount van de gemeente volgen. Om de kans groter te maken dat de informatie bij de inwoner terecht komt, is het nuttig om onderzoek te doen naar het mediagebruik van de inwoner van Soest. Via waarstaatjegemeente.nl of via het burgerpanel dat geïntroduceerd wordt, kan er onderzocht worden via welke media en middelen de inwoner op de hoogte gehouden wil worden door de gemeente. Wanneer de gemeente Soest hier inzicht in heeft, kan zij hierin haar media en middelengebruik op aansluiten.

9. Onderzoek naar de Twitter volger

Aansluitend op de vorige aanbeveling kan men een onderzoek instellen om te achterhalen wat het effect van Twitter is. Twitter kan een middel zijn om dicht bij de inwoner te komen, maar dan moet de gemeente wel weten wie de volger op Twitter is en wat die volger verwacht van de gemeente op Twitter. Op dit moment zendt de gemeente alleen persberichten via Twitter, er wordt geen dialoog aangegaan. Het is raadzaam om de verwachtingen te peilen van de inwoner en de volger op Twitter. Wanneer de verwachtingen duidelijk zijn, kan de gemeente hierop anticiperen en heeft de inwoner duidelijkheid.

10. Door meesturen van foto's een gewenst beeld in de media proberen te krijgen

Wanneer de gemeente Soest beeldmateriaal meestuurt bij berichtgeving, is de kans groter dat artikelen geplaatst worden. Dit hebben journalisten aangegeven tijdens de interviews. Beeldmateriaal zorgt er ook voor dat mensen het gemeentelijk bestuur letterlijk 'zien'. Een sterkte is dat de gemeente extra aandacht aan communicatie en participatie wil geven, een bedreiging is dat journalisten zelf bepalen wat er wel en niet gepubliceerd wordt. Door gebruik te maken van de sterkte, kan de bedreiging verkleint worden. Onder het kopje 'groeien' kunt u lezen hoe deze aanbeveling door middel van een beeldbank uitgevoerd kan worden.

Terugtrekken of verdedigen:

11. Eigen berichtgeving Zichtbaar Dichtbij maken

Een zwakte van de eigen organisatie is dat de berichtgeving nog niet optimaal voldoet aan Zichtbaar Dichtbij communiceren. Een bedreiging is dat journalisten bepalen wat nieuws is, en berichtgeving die zij ontvangen kunnen herschrijven en framen. Om zo veel mogelijk te voorkomen dat berichten worden herschreven, kan de gemeente de eigen berichtgeving Zichtbaar Dichtbij schrijven. Dit betekent ook dat er rekening wordt gehouden met de medialogica en nieuwswaardecriteria zoals omschreven in het theoretisch kader. Wanneer de aanbeveling wordt opgevolgd om een hulpmiddel op te stellen voor medewerkers, kan men hier deze criteria ook in opnemen. Zo kan een medewerker, met advies en ondersteuning van het cluster communicatie, bepalen of en hoe een bericht naar de pers verstuurd moet worden.

12. Persvragen actueel maken in de organisatie

Een zwakte van de organisatie is dat persvragen die binnenkomen intern een lange weg afleggen. Daarnaast is het een bedreiging dat journalisten dit ook opvalt en vinden dat het soms lang duurt voor er een antwoord is. Dit maakt dat ik een aanbeveling doe om deze persvragen actueel te maken binnen de organisatie, zodat er snel en adequaat antwoord gegeven kan worden.

Onder het kopje 'verbeteren' vindt u de verdere toelichting op deze aanbeveling.

13. Kijken of binnen het persbeleid de inwoner betrokken kan worden

Het persbeleid is nu alleen gericht op de pers. Zoals u heeft kunnen lezen, kan de pers, die uiteraard een eigen rol en verantwoordelijkheid heeft, berichten herschrijven en framen. Om deze berichtgeving tegen te gaan, is het raadzaam om te kijken of de gemeente met de inwoner zelf in contact kan komen. Op die manier ontvangt de inwoner informatie uit eerste hand. Persberichten worden nu op de website geplaatst en ook op Twitter. Ik wil aanraden om hier uitgebreider onderzoek naar te doen. Bij aanbeveling 9 ziet u dit verder uitgewerkt.

Aandachtspunten

Bij deze aanbevelingen is wel een aantal aandachtspunten relevant.

De pers

Ten eerste, wees je bewust van het belang dat de gemeente heeft bij een goede band met de journalisten. Op dit moment zijn de journalisten ook tevreden over het contact, ondanks een paar kritiekpunten. Deze punten kunt u vinden in de bijlage. Het is goed voor de gemeente om zich te realiseren dat een goede band met de pers belangrijk is en blijft. De journalist is de persoon waar de gemeente contact mee heeft wanneer het gaat om berichtgeving in de media. Op dit moment is een belangrijk contactmoment het persgesprek. Dit wordt door de journalist erg gewaardeerd omdat zij hier direct vragen kunnen stellen aan een verantwoordelijk wethouder. Ook voor de gemeente Soest is dit persgesprek een goed moment, omdat zij hier extra aandacht kan geven aan berichtgeving die zij relevant acht. Een extra aanbeveling is dus ook om dit contactmoment te behouden.

Social media

De gemeente Soest gebruikt op dit moment onder andere Twitter om haar persberichten te verspreiden. Dit is dus eenrichtingsverkeer, terwijl social media bedoeld zijn om de dialoog aan te gaan. De gemeente kan gebruik maken van verschillende tools om te kijken wat voor Twitteraar zij zelf wenst te zijn. Zo is er de site www.klout.com, welke onderzoekt wat voor social media gebruiker jij bent en hoe je je kunt ontwikkelen tot een ander soort gebruiker. Ook is het raadzaam om de tendens op sociale media te monitoren. Berichtgeving in de gedrukte media kan anders zijn dan wat men op sociale media bericht. Op de sociale media zijn de inwoners actief, de groep die de gemeente met de berichtgeving wil bereiken. Een manier om dit te monitoren is via www.tweetbeep.com. Via deze tool krijg je ieder uur een update als men over de organisatie praat.

Wat de inwoner van de gemeente verwacht op gebied van sociale media, kan getoetst worden door waarstaattjegemeente.nl. Hier kan de gemeente Soest extra vragen aan toevoegen over de wensen van de inwoner wat betreft social media. Wat een andere mogelijkheid is, is het gebruik van het burgerpanel. Dit wordt binnenkort geïntroduceerd bij de gemeente Soest. Via dit burgerpanel kan de gemeente direct aan de inwoner vragen wat de inwoner verwacht. Door aan te sluiten op het mediagebruik van de inwoner, kan de gemeente echt dichtbij de inwoner van Soest en Soesterberg komen.

De inwoner

De inwoner kan gebruik maken van verschillende informatiebronnen. De lokale en regionale media zijn daar maar een klein deel van. Door de digitalisering zijn er veel nieuwsbronnen via het internet bijgekomen. Een tip is dan ook om na het verschijnen van dit rapport niet alleen te werken aan het persbeleid, maar om ook onderzoek te doen naar het geheel van communicatiemiddelen. Sluit de manier van informatievoorziening aan bij het gebruik van de inwoner? Via welke kanalen voorziet de inwoner zich van informatie. En hoe belangrijk vindt de inwoner de informatie die de gemeente verstuurt. Door hier onderzoek naar te doen, kan de gemeente in het geheel bekijken of zij Zichtbaar Dichtbij is voor de inwoner of hoe zij dat kan worden.

Literatuurlijst

Literatuur

- Boer, de C., & Brennecke, S., (2009) *Media en Publiek (6^e druk)*. Amsterdam: Boom
- Boeck, de R., Kamerbeek, A., Smits, A., & Licina, D., (2010) *Strategisch Communicatiemanagement*. Utrecht: Hogeschool Utrecht, Instituut voor Communicatiemanagement.
- Buma, Y., (2011) *Persoonlijke schrijven*. Creatief schrijven; Uitgereikt tijdens het vak Copywriting. Utrecht: HU FCJ
- Buijn de, H., (2011) *Framing. Over de macht van taal in de politiek*. Amsterdam/Antwerpen: Atlas
- Coops, R., (2004) *Publieke communicatie*. Den Haag: Hilde Gloudemans
- Collins, T., (2010) *Het kleine Twitter handboek (2^e druk)*. Soest: Verba
- Creyghton, J., (2002) *Effectief en creatief schrijven (4^e druk)*. Leidschendam: Kemper Conseil Publishing
- Graaf, de J., & Steinmetz, S., (2006) *Het mediaboek, hoe kom je in de media*. Amsterdam: Boom
- Hameeteman, S., (2012) *Handboek Nederlandse Pers 2012*. Schiedam: Nijgh Periodieken
- Have, van der M., (2012) *Ontdek Twitter.*: Culemborg: Van Duuren Informatica
- Huizingh, E., (2006) *Brugboek Marketing*, Den Haag: Sdu Uitgevers bv
- Kaashoek, P., & Simons, M., (2000) *Schrijven voor (Multi)media*. Bussum: Coutinho
- Musschoot, I., & Lombaerts, B., (2010) *Media in beweging (3^e druk)*. Leuven: LannooCampus
- Pol. B., Swankhuisen, C. & Vendeloo, van P., (2009) *Nieuwe aanpak in overheidscommunicatie, mythen, misverstanden en mogelijkheden*. Bussum: Coutinho
- Ruler van, B. (1998) *Strategisch Management van Communicatie, introductie van het communicatiekruispunt*. Deventer: Samsom
- Rebel, H.J., (2000) *Communicatiebeleid en communicatiestrategie*. Amsterdam: Boom
- Schreuders-Peters, R.P.I.J., & Boomkamp, J.W. (2008) *Psychologie de hoofdzaak (5e druk)*. Groningen: Wolters-Noordhoff
- Verhoeven, N., (2007) *Wat is onderzoek (2^e druk)*. Amsterdam: Boom
- Waardenburg, M., (2001) *Praktisch persbeleid*. Deventer: Kluwer
- Wijk, van K., (2007) *De media-explosie*. Den Haag: Sdu Uitgevers

Internet

- Bakas, A. (2012) *Trendwatcher Adjiedj Bakas voorziet nieuwe verdienmodellen voor hackers, krimp van social media, terugkeer van papier en veel nieuwe banen in internetveiligheid*. Geraadpleegd op 11 mei 2012 via <http://www.bakas.nl/2012/01/19/trendwatcher-adjiedj-bakas-voorziet-nieuwe-verdienmodellen-voor-hackers-krimp-van-social-media-terugkeer-van-papier-en-veel-nieuwe-banen-in-internetveiligheid/>
- Pijll, van der S & Sterk, M., (2008). *Beter beleid door burger-participatie: doel en methoden*. Gedownload op 18 mei 2012 via <http://www.schuttelaar.nl/download/58>
- Gemeente Soest (z.j.) *Leden gemeenteraad*. Geraadpleegd op 10 mei 2012 via <http://www.soest.nl/eCache/DEF/17/538.html>

Gemeente Soest (2012), *Aantal inwoners op 1 januari 2012*. Geraadpleegd op 28 mei 2012 via: <http://www.soest.nl/eCache/DEF/2/466.html>

Provincie Utrecht (2012), *Wat doet de provincie*. Geraadpleegd op 11 mei 2012 via <http://www.provincie-utrecht.nl/politiek-bestuur/doet-provincie/>

Wallage, J., (2001) *In dienst van de democratie: het rapport van de Commissie Toekomst Overheidscommunicatie*. Geraadpleegd op 07 maart 2012 via <http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/overheidscommunicatie/onderzoeken-naar-overheidscommunicatie>

Rijksoverheid (z.j.) Kwalitatief onderzoek. Geraadpleegd op 13 mei 2012 via <http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/overheidscommunicatie/informatie-voor-professionals/omgevingsonderzoek/kwalitatief-onderzoek>

Rijksoverheid (z.j.) Media-analyse. Geraadpleegd op 05 februari 2012 via <http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/overheidscommunicatie/informatie-voor-professionals/omgevingsonderzoek/media-analyse>

RTV Utrecht (2012) Jaarverslag 2011. Geraadpleegd op 01 juni 2012 via <http://www.rtvutrecht.nl/omroep/jaarverslagen/>

Stultjens, E., (2011) *Waarstaatjegemeente, Burgerrollen. In opdracht van de gemeente Soest*. Gedownload op 11 mei 2012 via <http://www.soest.nl/PDF/OVER%20SOEST/WAAR%20STAAT%20JE%20GEMEENTE%202011/WAAR%20STAAT%20JE%20GEMEENTE%202011%20MAATWERKRAPPORT.PDF>

Van Dale (2012) *online woordenboek*. Geraadpleegd op 30 mei 2012 via <http://www.vandale.nl>

Wallage, J. (2005) *Niet alleen het resultaat, ook het proces telt*. Geraadpleegd op 11 mei 2012 via <http://www.rijksoverheid.nl/documenten-en-publicaties/rapporten/2011/11/02/artikel-van-jacq-wallage-niet-alleen-het-resultaat-telt.html>

Artikelen

Lisa M Schwartz, L.M., Woloshin, S., Andrews, A., & Stukel, T.A., (2012) *Influence of medical journal press releases on the quality of associated newspaper coverage: retrospective cohort study*.

Door British Medical Journal. Geraadpleegd op 04 april 2012 via <http://www.bmj.com/content/344/bmj.d8164>

Interne documenten

Gemeente Soest. (2012) *Concept afdelingsplan bedrijfsvoering 2012-2014*.

Gemeente Soest. (2012) *Sociaal jaarverslag 2011*. Soest: Gemeente Soest

Gemeente Soest. (2010) *Adviesnota gemeente Soest: Persbeleid*. Soest: Gemeente Soest

Gemeente Soest. (2010) *Hoe gaan we met de pers om, intern*. Soest: Gemeente Soest

Gemeente Soest. (2010) *Mededeling voor de pers*. Soest: Gemeente Soest

Gemeente Soest. (2011) *Handboek Indiensttreding*. Soest: Gemeente Soest

Gemeente Soest. (2009) *Verslag perslunch*. Soest: Gemeente Soest

Interviews

Beek, van J. Redacteur Soester Courant

Kamans, E. Redacteur RTV Utrecht

Keeken, H. Journalist Gooi- en Eemlander

Koperdraat, V. Redacteur Soest Nu

Kruijswijk, H. Journalist AD Amersfoortse Courant

Materiaal via email

Groep, van der A. (Communicatieadviseur) Persbeleid gemeente Baarn

Hoeks, K. (Stagiaire Communicatie) Persbeleid gemeente Waalwijk

Pater, J. (Communicatieadvies) Persbeleid gemeente Houten

Schoenmakers, C. (Communicatieadviseur) Persbeleid gemeente Barendrecht

Bijlagen

Hieronder vindt u de bijlagen, uiteengezet naar onderwerp.

1. Interne en externe analyse
2. Organogram gemeente Soest
3. Passage: Collegeprogramma
4. Passage: Communicatienota Zichtbaar Dichtbij
5. Nota: Persbeleid gemeente Soest
6. Analyseschema's
7. Resultaten
8. Overzicht uitgestuurde persberichten
9. Overzicht 'Zijn de persberichten Zichtbaar Dichtbij geschreven'
10. Interviews
11. Voorbeeld: Richtlijn gemeente Waalwijk

Extra bijlage

12. Inge vulde analyseschema's van de artikelen

Interne en externe analyse

Wanneer zich er een probleem voordoet moet er eerst gekeken worden of communicatie het geschikte middel is om dit op te lossen. Dit kunnen we achterhalen door drie stappen te zetten die Rebel (1999) als volgt heeft omschreven (in Boeck, Kamerbeek, Smits, & Licina, 2010, p. 7):

1. De situatie analyse: een analyse van de interne en externe situatie van de organisatie en vervolgens een diagnose stellen via een SWOT analyse. Centraal staat de vraag: Met welke situatie word ik geconfronteerd?
2. De probleemanalyse: een causale analyse van de problemen die we aantreffen in de interne en externe situatie, waarbij we kijken hoe die problemen onderling samenhangen en waardoor ze worden veroorzaakt. Centraal staat hier de vraag: Welke problemen tref ik aan, hoe hangen deze problemen samen en waardoor worden ze veroorzaakt?
3. De beleidskeuze: een keuze van de globale oplossingen van de problematiek in termen van interventiedoelen en middelen en een volgorde waarin we aan die doelen willen werken. Een van die doelen kan communicatie zijn. Centrale vraag: Welke globale oplossingen zijn er voor de problematiek voorhanden?

Deze drie stappen tezamen noemen we in maatschappelijk organisaties *beleidsvoorbereiding*. (Rebel in Boeck, Kamerbeek, Smits, & Licina, 2010, p. 7)

Voor dit rapport is alleen stap 1 relevant. Door een analyse te maken van de interne en externe situatie, komt er een overzicht van de relevante partijen. Stap 2 en 3 worden in het rapport op een andere wijze behandeld. Het probleem wordt daarin omschreven en een oplossing voor het probleem komt in de conclusies en aanbevelingen naar voren.

1. Situatieanalyse:

A. Interne Analyse - 7 S-model

Voor de interne analyse maak ik gebruik van het 7-S model van Mc Kinsey. Dit model omvat een zevental punten, die samen het functioneren van een organisatie bepalen. (Boeck, de R., Kamerbeek, A., Smits, A., & Licina, D., 2010, p. 11)

1. Strategie

De gemeente Soest is een overheidsinstantie. Het college van B&W vormt het dagelijks bestuur van de gemeente. In de gemeente worden iedere vier jaar gemeenteraadsverkiezingen gehouden, waar vervolgens een college van B&W uit wordt samengesteld. De gemeenteraad heeft een kaderstellende functie. Het college van B&W zorgt voor de voorbereiding en uitvoering van besluiten van de gemeenteraad.³⁰ De strategie wordt grotendeels bepaald door de politieke programma's van het college en de gemeenteraad. Op dit moment is de samenstelling van het college als volgt: Gemeentebelangen Groen Soest, CDA, D66 en GroenLinks.

Bij de aanstelling van dit college is er een collegeprogramma opgesteld waarin de missie en de visie van dit college staat weergegeven. De titel van het collegeprogramma is 'Soest, waar iedereen meetelt'. De missie van het college:

Samen actief voor Soest

- * Wij werken aan excellente dienstverlening, kunnen ons met de ander verbinden en spelen met onze klantgerichtheid in op de vraag van inwoners en samenleving.
- * Wij richten ons op het vergroten van de betrokkenheid en participatie van inwoners en organisaties in het democratisch beleids- en besluitvormingsproces.
- * Wij richten ons op het behalen van de overeengekomen resultaten en helpen anderen hun resultaten te behalen.
- * Wij zetten ons actief in voor Soest en Soesterberg. Dat doen we mét de samenleving, ieder vanuit zijn eigen rol.
- * We denken en werken van buiten naar binnen en tonen daarbij durf en drive.

2. Structuur

De gemeente Soest is een ambtelijke organisatie. Het dagelijks bestuur is in handen van het college van B&W. Het hoofd van het dagelijks bestuur is de gemeenteraad, zij draagt de verantwoordelijkheid over belangrijke beslissingen binnen Soest. Om dit te kunnen uitvoeren zijn er gemeenteraadsvergaderingen en is er de Ronde en de Ontmoeting. De gemeenteraad bestaat uit 29 leden, verdeeld over 9 politieke partijen.³¹

Het college van B&W bestaat uit vier wethouders, de burgemeester en de gemeentesecretaris. Iedere wethouder heeft zijn eigen portefeuilles met daarin zaken waar hij of zij verantwoordelijkheid voor draagt. De burgemeester heeft naast een eigen portefeuille ook

³⁰ Gemeente Soest (2011) *Handboek Indiensttreding*.

³¹ Gemeente Soest (2011) *Leden gemeenteraad*.

andere taken. Zo is hij de voorzitter van de gemeenteraad en het college. Daarnaast is hij bevelhebber van de brandweer en beheerder van het politiekorps.³²

Aan de ambtelijke organisatie staat de gemeentesecretaris als hoofd. Hij vormt samen met de adjunct secretaris de directie van de organisatie.

De organisatie telt 9 afdelingen, namelijk de afdelingen Bedrijfsvoering, Samenleving, Financiën en Informatie, Ruimte, Facilitaire Zaken, Dienstverlening, Realisatie, Projectbureau en Werk. Daarnaast is de Sociale Dienst Baarn, Bunschoten en Soest ook gevestigd in het gemeentehuis. Deze afdeling valt niet direct onder het college van B&W omdat dit een samenwerking is tussen Soest en de buurgemeenten Baarn en Bunschoten.³³ Iedere afdeling heeft een eigen afdelingshoofd.

3. Superordinate goals

Vanuit de hiervoor weergegeven missie komen de volgende kerndoelen voort:

- * Leveren van excellente publieke dienstverlening.
- * Inspelen op vragen en verwachtingen van burgers ten aanzien van het leven en wonen in Soest.
- * Inspelen op nieuwe ontwikkelingen die op ons afkomen en die van invloed zijn op onze organisatieontwikkeling.³⁴

4. Systemen

De formele procedures liggen in een ambtelijke organisatie als een gemeente wel vast. Zoals eerder benoemd is de gemeentesecretaris de directeur van de organisatie. Daarnaast staat de gemeenteraad aan het hoofd van de organisatie. Om de vier jaar wordt er met behulp van verkiezingen een gemeenteraad gekozen. De partijen die samen een meerderheid van stemmen hebben, vormen samen een coalitie. Uit deze coalitie zijn vier wethouders gekozen. De wethouders vormen samen met de burgemeester en de gemeentesecretaris het dagelijks bestuur, het college van B&W. De gemeenteraad is echter in grote lijnen verantwoordelijk over het beleid. De ambtelijke organisatie geeft adviezen over zaken waar beslissingen over genomen moeten worden, aan het college.³⁵

5. Stijl

De omgangsvorm binnen de gemeente Soest is informeel. Tussen ambtenaren onderling, maar ook tussen leidinggevend en ambtenaren. Het contact verloopt veelal via de telefoon en via de e-mail. Daarnaast kunnen collega's bij elkaar binnen lopen voor vragen of kort overleg. De lijnen tussen collega's zijn dus kort. De gemeente wil graag het beste uit haar medewerkers halen. De kernwaarden van de gemeente zijn dan ook

- * Durf en drive,
- * Klant- en naar buiten gericht
- * Samenwerken aan resultaat.

De directie staat altijd open voor nieuwe ideeën of verbeterpunten.³⁶

6. Staf

In totaal werken er 280 medewerkers bij de gemeente Soest. Hiervan zijn er 146 vrouw en 134 man. De gemiddelde leeftijd van de werknemers is 46,6 jaar. Het aantal medewerkers dat ouder is van 35 jaar is significant groter dan medewerkers onder de 35. Er zijn 245 werknemers boven de 35 jaar, tegenover 38 werknemers onder de 35 jaar.³⁷

7. Skills

De kennis en vaardigheden van de organisatie zijn constant in ontwikkeling. Medewerkers krijgen de mogelijkheid om gebruik te maken van trainingen en opleidingen. In het Strategisch Opleidings- en beleidsplan staat: 'Gemeente Soest wil een 'lerende organisatie' zijn. "Door in de medewerker te investeren, kan je de hele organisatie naar een hoger plan brengen om uiteindelijk excellente dienstverlening te kunnen verlenen", aldus de HR adviseur van de gemeente Soest.³⁸

B. Externe Analyse

³² Gemeente Soest (2011) *Handboek Indiensttreding*.

³³ Gemeente Soest (z.j.) *Organisatieopbouw*

³⁴ Gemeente Soest (2011) *Handboek Indiensttreding*.

³⁵ Gemeente Soest (2011) *Handboek Indiensttreding..*

³⁶ Gemeente Soest (2011) *Handboek Indiensttreding..*

³⁷ Gemeente Soest (2012) *Sociaal jaarverslag 2011*.

³⁸ Gemeente Soest (2012) *Sociaal jaarverslag 2011*.

Er zijn verschillende modellen die benoemen hoe je een externe analyse kan uitvoeren. In het geval van de gemeente Soest beschrijft de auteur Keuning (1998) een geschikt model. De drie hoofdgroepen van aandachtspunten zijn:

- Externe belanghebbenden als 'partij'. Hieronder vallen afnemers, cliënten en concurrenten.

De gemeente Soest is als ambtelijke organisatie eigenlijk een groot samenwerkingsverband. Zoals eerder beschreven wordt er vanuit de gemeenteraad een coalitie gevormd. Op dit moment is er een coalitie van de partijen CDA, GroenLinks, D66 en Gemeentebelangen Groen Soest. Deze coalitie heeft een nipte meerderheid van 15 van de 29 zetels. Naast deze vier partijen zitten er in de gemeenteraad de partijen Soest 2002, VVD, PvdA, Burgerbelangen Soest-Soesterberg en ChristenUnie/SGP.

Een andere groep belangrijke extern belanghebbenden zijn de inwoners van Soest. Zij zijn de 'klant' van de gemeente Soest. Voor de gemeente Soest zijn zij ook erg belangrijk. Het beleid dat de gemeente opstelt, heeft direct effect op de leefomgeving van de inwoners. Draagvlak creëren onder de inwoners is dus van groot belang.

Een aparte groep onder de inwoners zijn de wijkbewonerteams. Deze teams vormen een ingang om informatie van de gemeente over te brengen naar de inwoners. Daarnaast overleggen deze wijkbewonerteams in sommige gevallen ook mee met de gemeente, wanneer er zaken aan de orde zijn uit hun wijk.

De gemeente Soest werkt ook samen met andere partijen, vooral in de regio Utrecht. Zo werkt zij samen met Hart van de Heuvelrug, om de Vliegbasis Soesterberg een nieuwe bestemming te geven. Zoals eerder beschreven heeft de gemeente Soest ook een samenwerking met de Sociale Dienst Baarn, Bunschoten, Soest. Een nieuwe samenwerking die de gemeente Soest is aangegaan, is de RID. RID staat voor Regionale ICT Dienst Utrecht.

Door de digitalisering wordt er steeds meer van gemeenten verwacht. Diensten en producten moeten steeds vaker digitaal aangeboden worden. Door op dit gebied samen te werken met andere gemeenten, kan dit alles beter gerealiseerd worden. Daarnaast kan de autonomie behouden worden en worden de kosten beheersbaar.³⁹

Een andere externe partij van de gemeente is de Provincie Utrecht. De gemeente Soest is een lagere overheidsinstantie en valt onder de Provincie Utrecht. De provincie voert te taken uit die voor gemeenten te groot zijn, en voor het Rijk te klein.⁴⁰

Nog een externe belanghebbenden zijn de media. De (lokale) pers is een intermediair om informatie van de gemeente over te brengen naar de inwoners van Soest. Daarnaast is de gemeente Soest een belangrijke bron voor de journalisten, om uiteindelijk artikelen voor de kranten te schrijven. Omgekeerd is de media ook een bron voor de gemeente Soest. Onder andere via de media kan de gemeente Soest ontdekken wat er leeft onder de inwoners en wat andere ontwikkelingen zijn binnen de gemeente.

- Omgevingsfactoren.

De gemeente Soest heeft 45.613 inwoners, waarvan iets meer vrouwen dan mannen.⁴¹ Deze inwoners wonen verdeeld over acht wijken. Naast het dorp Soest behoort ook Soesterberg tot de gemeente Soest.

De gemeente Soest ligt in de regio Utrecht, tussen de gemeenten Utrecht en Amersfoort. Dit maakt dat Soest centraal gelegen is. Met beide steden is een goede verbinding met openbaar of eigen vervoer. Daarnaast is Soest een zeer groene gemeente. Er is veel natuur zoals, heide, bossen, de Soester Duinen, weilanden en water. Soest kenmerkt zich door de lintbebouwing. Van oorsprong is Soest een boerendorp. De boerderijen werden vroeger op de hogere gronden gebouwd langs de voet van de Eng, waardoor er een lint is ontstaan.⁴²

Tegenwoordig is Soest geen boerendorp meer. Er staan nog wel boerderijen, maar inwoners zijn niet veel actief in de agrarische sector.

- Trends

Een belangrijke trend waar de gemeente nu mee te maken heeft is de *economische crisis*. Door de crisis moet de gemeente bezuinigen, vandaar is de gemeente Soest ook bezig met de kerntakendiscussie.

Daarnaast is er een trend die laat zien dat er niet alleen gebruik wordt gemaakt van communicatie, maar steeds meer van *participatie*. In het rapport van de Commissie Toekomst

³⁹ Gemeente Soest (2012) *Sociaal Jaarverslag 2011*.

⁴⁰ Provincie Utrecht (2012) *Wat doet de provincie*.

⁴¹ Gemeente Soest (2011) *Statistisch jaaroverzicht 2011*

⁴² Gemeente Soest (z.j.) *Historie van Soest*.

Overheidscommunicatie pleit men ook voor coproductie van de burger. Jacq Wallage: "Zie de burger als een volwassen coproductant van beleid".⁴³ Daarnaast staat in het rapport ook dat er van de overheid een moderne dienstverlening wordt verwacht. "Van de overheid wordt een brede en moderne dienstverlening verwacht".⁴⁴

Een trend die hier mee samenhangt is de *segmentatie van publieksgroepen*. Mensen horen bij steeds meer verschillende groepen. Er is niet meer één publiek dat men kan bereiken en maatwerk voor verschillende groepen is nodig.

Een trend die in heel Nederland, maar ook in Soest speelt is de *vergrijzing*. In de gemeente Soest wonen meer 65-plussers dan jongeren onder de 14 jaar.⁴⁵

Een laatste trend komt voort uit een trend die al langere tijd actueel is, de digitalisering. Deze trend wordt inmiddels tegen gesproken. Trendwatcher Adjiedj Bakas voorspelt een *ontdigitalisering*. Mensen zullen de digitalisering wel blijven benutten, maar selectiever.⁴⁶ Dit is een trend die voor een gemeente, veel kan betekenen.

C. SWOT analyse

In een SWOT analyse wordt er een overzicht gegeven van waar de organisatie nu staat. Alle punten uit een interne analyse en een externe analyse komen terug in de SWOT matrix. Het doel van deze analyse, is een inzicht krijgen in de strategische opties. Dit krijg je door het in kaart brengen en met elkaar vergelijken van enerzijds de sterkten en zwakten van de organisatie (intern) met anderzijds de kansen en bedreigingen(extern).⁴⁷

Intern	Sterkten	Zwakten
	Excellente dienstverlening is een kernwaarde	Politieke belangen versus algemeen belang
	Duidelijke organisatiestructuur	Soest is een middelkleine gemeente, en moet dus 'concurreren' met grotere omliggende gemeenten
	Er zijn korte lijnen	Afhankelijk van hogere overheden
	Durf en drive worden zeer gewaardeerd.	Besluitvorming is afhankelijk van (lange) procedures
	Open en informele bedrijfscultuur	
	Gemeente wil graag communiceren en participatie mogelijk maken met inwoners	

Extern	Kansen	Bedreigingen
	In de gemeente Soest is veel natuurschoon	Er is sprake van vergrijzing en ontgroening
	Goede bereikbaarheid met openbaar vervoer	Soest moet 'concurreren' met omliggende grotere gemeenten
	Grootschalige projecten worden uitgevoerd zoals: Vliegbasis Soesterberg wordt heringericht	Er is sprake van een vermindering aan aantal inwoners ⁴⁸
	Wijkbewonersteams zetten zich in voor de wijk	Bezuinigingen die door het Rijk worden doorgevoerd
	Inwoners zijn tevreden over de gemeentelijke organisatie ⁴⁹	

⁴³ Wallage, J. (2005) *Niet alleen het resultaat, ook het proces telt*.

⁴⁴ Wallage, J., (2011) *Commissie Toekomst Overheidscommunicatie : In dienst van de democratie*.

⁴⁵ Gemeente Soest (2011) *Statistisch jaaroverzicht 2011*.

⁴⁶ Bakas, A. (2012) *Trendwatcher Adjiedj Bakas voorziet nieuwe verdienmodellen voor hackers, krimp van social media, terugkeer van papier en veel nieuwe banen in internetveiligheid*.

⁴⁷ Huizingh, E. ,(2006) *Brugboek Marketing*

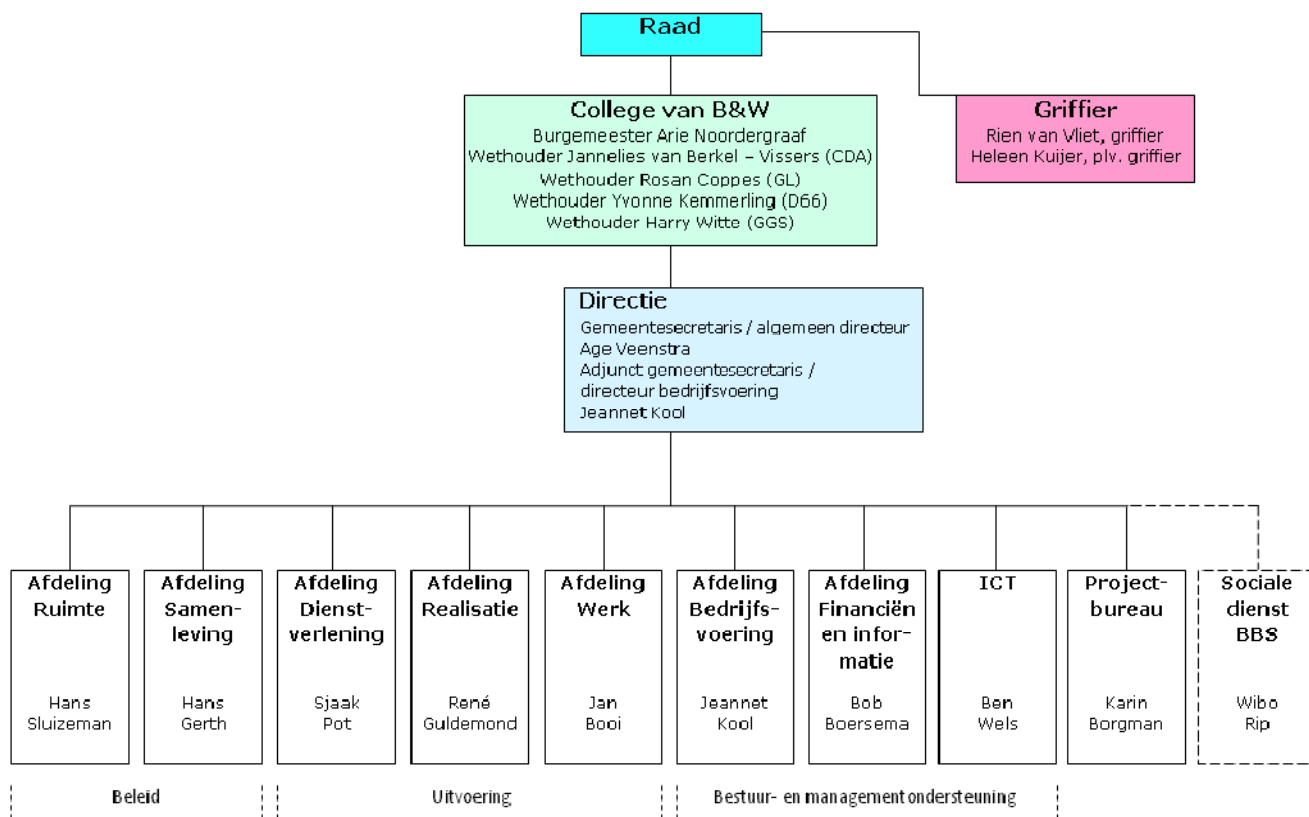
⁴⁸ Gemeente Soest (2011) *Statistisch jaaroverzicht 2011*

⁴⁹ Stultjens, E., (2011) *Waarstaatjegemeente, Burgerrollen. In opdracht van de gemeente Soest*

Organogram Gemeente Soest

ORGANOGRAM GEMEENTE SOEST

November 2011



Bron: Gemeente Soest⁵⁰

⁵⁰ Gemeente Soest (2011), *Organisatieopbouw*.

Onderstaande passage is het hoofdstuk uit het collegeprogramma 2010-2014⁵¹, over communicatie en participatie.

HOOFDSTUK 3 VISIE OP BESTUURLIJKE VERNIEUWING, PARTNERSCHAP EN PARTICIPATIE

In dit hoofdstuk geven wij aan hoe wij de invulling van bestuurlijke vernieuwing, partnerschap en participatie zien en welke elementen daarbij voor ons leidend zijn.

De ontwikkelingen binnen de overheid als totaal

Er bestaat discussie over handhaving van de huidige bestuurslagen. Daarnaast worden steeds meer taken overgedragen aan de lokale overheid. De vraag die we onszelf stellen is: *Hoe blijven we als gemeente voldoende bestuurskrachtig? Wat kunnen we als gemeente zelf en wat moet door of in samenwerking met anderen worden gedaan?*

De gemeente is de nabije overheid

Publiek beleid is geen exclusieve taak voor de overheid en hoeft niet altijd centraal vastgesteld te worden. Ook individuen en maatschappelijke groepen kunnen beleid ontwikkelen en zich inzetten om de publieke zaak te dienen. Zij kunnen dit zelfstandig doen, maar ook in samenwerking met ons als gemeente. De gemeente is de nabije overheid. Daardoor is de gemeente in staat - of zou in staat moeten zijn - om de relatie met inwoners, raad en samenleving te verbeteren en het vertrouwen van de inwoners (van Soest) te herstellen. Burgerschap in Soest komt mede tot ontwikkeling wanneer burgers ook zelf aangesproken worden om zich actief in te zetten voor de gemeenschap. Samen met de gemeenteraad en inwoners wil het college participatie vormgeven.

Een andere bestuurscultuur

De steeds meer nevengechikte positie van burgers en politiek en het besef dat andere partijen, zoals bedrijven en maatschappelijke organisaties, een belangrijke rol spelen bij het realiseren van (gemeenschappelijke) maatschappelijke doelstellingen, heeft ertoe geleid dat de verhouding tussen overheid en andere maatschappelijke actoren steeds gelijkwaardiger wordt. De hiërarchie maakt plaats voor een structuur waarin netwerken, regisseren, dialoog en samenspraak sleutelwoorden zijn.

Er is een noodzaak om een nieuw evenwicht tussen overheid en samenleving te vinden. De overheid kan en moet niet alles oplossen. Een nieuw evenwicht, waarbij duidelijk is dat burgers zelf primair verantwoordelijk zijn voor hun eigen leven. Dat zij hun eigen omgeving en hun nabije samenleving zelf zo moeten organiseren, dat die een stootje kunnen opvangen. En waarbij de overheid als taak heeft de burgers daartoe in staat te stellen. De samenleving heeft zelf het vermogen om voor zaken te zorgen.

Wel heel belangrijk voor ons als gemeente blijft de zorg voor diegenen in onze samenleving die dat niet zelf kunnen. We moeten daarin een goed evenwicht vinden en behouden.

Bezuinigingen

We staan voor ingrijpende bezuinigingen. Daarnaast werkt de gemeente als organisatie aan een andere visie op haar rol. Dat zijn twee processen die direct onze inwoners raken. Wij willen open, eerlijk en duidelijk zijn over die veranderingen en onze inwoners daar waar mogelijk erbij betrekken.

Partnerschap en participatie

Visie op partnerschap en participatie:

Partnerschap en participatie zijn geen doel op zich. Bij elk onderwerp wordt bewust – op basis van meerwaarde voor het bestuurlijke proces – de meest passende vorm van participatie gekozen.

Bij elk onderwerp of specifiek beleid moet vooraf duidelijk zijn wat het gewenste niveau van participatie is. En dus ook wat er met de reacties gedaan gaat worden. Sommige onderwerpen lenen zich voor interactief beleid en andere niet.

Het bestuur bepaalt welk niveau van interactie wordt gekozen. Is de gemeenteraad bevoegd om inhoudelijk een besluit te nemen over een onderwerp, dan is de raad ook degene die de mate

⁵¹ Gemeente Soest (2010) *Collegeprogramma 2010-2014: Soest, waar iedereen meetelt*.

van interactie bepaalt. Is het college van B&W bevoegd, dan bepaalt het college dat. En als een ambtelijke afdeling belast is met de uitvoering van een project, dan is die afdeling verantwoordelijk voor de interactie met de omgeving.

We kiezen er nadrukkelijk voor om datgene dat met en door de samenleving kan gebeuren, niet langer door de gemeente alleen te laten doen. Om te achterhalen wat inwoners en ondernemers willen en kunnen doen, betrekken wij de gemeenteraad en de inwoners, ondernemers en organisaties in een vroeg stadium bij de ontwikkeling van plannen en maatregelen.

Op deze manier geven we vorm en inhoud aan het actief betrekken en benutten van mensen en organisaties in Soest, bij het democratische beleids- en besluitvormingsproces en leggen we betekenisvolle en wederkerige verbindingen met de Soester inwoners, organisaties, ondernemers en professionals.

We faciliteren en ondersteunen: goede voorbeelden opsporen, aanmoedigen, verbinden en leren.

De gemeente stelt zich open en uitnodigend op en daar hoort een andere opstelling en ambtelijke werkwijze bij.

Partnerschap

Het college hecht er belang aan dat de raad en de samenleving nadrukkelijk hun aandeel kunnen leveren. We willen dan ook zo vaak als mogelijk alternatieven presenteren of laten aandragen door betrokkenen om afwegingen beter mogelijk te maken. Door presentatie van omstandigheden, van randvoorwaarden en van te starten dialogen, schetsen wij een beeld van de zaken die op ons afkomen.

We maken daartoe gebruik van kernnotities, die gezien kunnen worden als startdocument, als verkenning van zaken die aandacht verdienen.

Participatie

Interactie is maatwerk. Het afwegingskader stelt vragen en is geen blauwdruk. Wij beschrijven in de nader uit te werken Communicatienota 2010-2014 een aantal mogelijke participatiemodellen.

Communicatie

Alle beleidsterreinen hebben een belangrijke relatie met communicatie en participatie. Nieuwe tijden vragen om nieuwe manieren van communiceren en participeren. Met respect voor elkaars belangen en verantwoordelijkheden.

Of en in welke mate vanuit die visie gewerkt wordt, heeft consequenties voor de manier van communiceren van de gemeente.

Interactieve beleidsvorming behelst meer dan communicatie alleen, maar deze manier van werken heeft wel stevige gevolgen voor het gevoerde communicatiebeleid. Daarom is gekozen dit onderwerp deel uit te laten maken van het nieuwe Strategische Communicatieplan 2010-2014.

Interactief werken is een manier om inwoners, ondernemers en organisaties uit het maatschappelijk middenveld meer bij het gemeentebestuur te betrekken en zo hun betrokkenheid en inbreng bij gemeentelijk beleid te vergroten.

Werken volgens de interactievisie biedt de mogelijkheid om concreet invulling te geven aan de ambitie van het college om de dialoog met de burger aan te gaan.

Communicatiestrategie

1. Bepaald wordt op welk niveau een onderwerp speelt en wat het bijpassende niveau van communicatie is.
2. Per niveau wordt een kernboodschap weergegeven die een kader biedt voor verdere uitwerking in een communicatieplan.
3. In dit communicatieplan wordt uitgegaan van een interactieve benadering, waarbij onder meer wordt bepaald welke vorm van participatie van toepassing is.
4. Tenslotte is er de implementatie van het communicatieplan.

Dit theoretische kader werken we in het Strategische Communicatieplan 2010-2014 verder uit, het plan wordt zo spoedig mogelijk aan de raad aangeboden.

Inleiding

Dit document beschrijft hoe de gemeente Soest communicatie (in nauwe samenhang met participatie) gericht wil inzetten om verbindingen te leggen in de samenleving en de relatie en het vertrouwen te versterken tussen inwoners, ondernemers en maatschappelijke organisaties enerzijds en de gemeente anderzijds. Communicatie en participatie dragen daarbij niet alleen bij aan de relatie en het vertrouwen maar ook aan de klantgerichtheid en de kwaliteit van ons beleid en dienstverlening.

Waarom een 'nieuw' communicatiebeleid?

De afgelopen jaren heeft Soest – net als andere gemeenten in Nederland – steeds meer aandacht besteed aan communicatie met de samenleving. Daarbij hebben inwoners en ondernemers steeds meer invloed gekregen op de beleidsvorming. De relatie tussen de overheid en samenleving blijft zich logischerwijs ontwikkelen. Dat, gecombineerd met technologische ontwikkelingen en maatschappelijke trends, vraagt om een actualisering van het communicatie- en participatiebeleid. Zeker gezien er in het collegeprogramma 2010-2014 'Soest, waar iedereen meetelt' veel nadruk wordt gelegd op het belang van communicatie en participatie.

Strategisch bestuurlijke visie: interactief bestuur

De basis voor dit nieuwe communicatiebeleid is gelegd in een strategische visie over communicatie en participatie (de 'Nota communicatie en participatie'). In deze nota is een manier van besturen beschreven waarbij communicatie en participatie centraal staan: interactief bestuur. Het in het voorliggende document beschreven communicatiebeleid is de verdere (meer concrete) uitwerking van die visie op interactief bestuur. Dit communicatiebeleid, gecombineerd met het 'Afwegingskader participatie', vormen de leidraad voor de praktische uitvoering van communicatie en participatie in deze collegeperiode (2010-2014).

Definities

Communicatie is de uitwisseling van informatie, ideeën, meningen, gedachten en gevoelens (direct of via een medium). Communicatie wordt deels bewust, deels onbewust gezonden, ontvangen en geïnterpreteerd.

Participatie zoals hier bedoeld gaat over bijdragen aan beleidsvorming. Participatie is een manier om inwoners (al dan niet gegroepeerd in maatschappelijke organisaties), bedrijven en organisaties bij ontwikkeling, uitvoering en evaluatie van het lokale beleid te betrekken.

Opbouw van dit document

De moderne samenleving verlangt van ons dat wij communicatie en participatie op een professionele, klantgerichte wijze inzetten, passend bij de situatie die zich op dat moment voordoet. Communicatie en participatie zijn dan ook altijd maatwerk. Maar desondanks kunnen we enkele uitgangspunten met elkaar afspreken. Deze zijn in dit document nader beschreven.

Daarnaast beschrijft dit document welke stappen de komende periode worden gezet om de communicatie en participatie verder te ontwikkelen met als doel het versterken van de relatie tussen gemeente en samenleving en het verbeteren van de kwaliteit van beleid en dienstverlening.

3. Doelstellingen en communicatiestrategie

De strategisch bestuurlijke visie en het concept van interactief bestuur, maatschappelijke ontwikkelingen, het raads- en collegeprogramma en het organisatiebeleid sluiten op onderdelen zeer goed bij elkaar aan. Daaruit kunnen we zowel de beoogde communicatiedoelstellingen als de te volgen communicatiestrategie destilleren.

3.1 Communicatiedoelstellingen

Communicatiedoelstellingen worden van oudsher uitgesplitst in drie componenten: kennis, houding en gedrag: je weet iets, je vindt er iets van en vervolgens handel je ernaar (of niet). Dat paste goed bij de opvattingen over communicatie en participatie toen communicatie nog voornamelijk voorlichting was en participatie zich toespitste op inspraak. Maar die invulling volstaat niet meer als we in de huidige samenleving communicatie willen inzetten als een volwaardig beleidsinstrument waarmee we onze inwoners van dienst zijn en waarmee we de realisatie van onze organisatiedoelstellingen ondersteunen.

Communicatiedoelen

Binnen deze context hebben communicatie en participatie de volgende gezamenlijke doelen:

- het opbouwen en onderhouden van duurzame relaties en het creëren van vertrouwen;
- getrouwe beeldvorming;
- en het inzichtelijk maken van en inspelen op belangen en beleving in de samenleving.

De bovengenoemde communicatiedoelen zijn afgeleid van de speerpunten uit de strategische visie in de 'Nota Communicatie en Participatie':

1. Duurzame relaties
2. Verbindende communicatie
3. Participatie op maat
4. Belangen in beeld
5. Van goed luisteren naar responsief bestuur
6. Duidelijkheid en verwachtingenmanagement

In de praktische uitwerking van de strategische visie krijgen al deze speerpunten een meer concrete uitwerking in een communicatiestrategie en bijbehorende inzet van middelen.

3.2 Communicatiestrategie

Om de communicatiedoelen te realiseren is een bepaalde manier van communiceren nodig, een communicatiestrategie. Deze vloeit op bijna natuurlijke wijze voort uit de strategische visie, de doelen van het college en de organisatie en de maatschappelijk trends. Kenmerkend voor de communicatiestrategie zijn:

1. **Dichtbij contact maken**

Bij het streven naar vertrouwen en een zinvolle, wederkerige relatie met inwoners en organisaties is het belangrijk om contact te maken. Contact dichtbij de inwoner of ondernemer en niet hoofdzakelijk vanuit een gemeentelijk standpunt. We moeten aansluiten bij de beleving in de samenleving en bij de beleving van specifieke doelgroepen. Dat geldt niet alleen voor de bepaling van het inhoudelijke beleid (waarbij we als dat relevant is, kiezen voor een gebiedgerichte aanpak), maar ook voor de middelen die we kiezen om te communiceren/participeren én voor ons taalgebruik in brieven, nota's en tijdens vergaderingen. Daarbij moeten we proberen de contacten persoonlijker te maken (niet: 'u bent een inwoner, wij zijn de gemeente'). Mensen willen gezien en gewaardeerd worden. In hoofdstuk 4 wordt nader beschreven hoe we uitvoering kunnen geven aan het 'dichtbij contact maken'.

2. **Zichtbaar en herkenbaar zijn**

Voor de buitenwereld is het makkelijker om 'zaken met ons te doen', als men weet wie we zijn en waar we voor staan. Dat vraagt om een herkenbare identiteit en een actieve, eenduidige profilering daarvan. Omdat de samenleving verandert en daarmee onze rol als gemeente, is het belangrijk dat we onze identiteit actualiseren en opnieuw duidelijk en toegankelijk beschrijven. Daarbij kijken we niet alleen naar waar wie we als gemeente (willen) zijn. Maar zeker ook naar hoe de samenleving over ons denkt. Een duidelijke identiteit is zowel inhoudelijk als qua verschijningsvorm (huisstijl) goed herkenbaar voor inwoners en organisaties maar ook voor medewerkers en bestuurders. Medewerkers en bestuurders moeten die identiteit uitdragen naar buiten. Daarom is het heel belangrijk dat zij dit op een eenduidige manier beleven en kunnen uitstralen. Naast verbetering van de herkenbaarheid, kunnen we ook de zichtbaarheid vergroten. Enerzijds door persoonlijke aanwezigheid op belangrijke momenten in de samenleving (bijvoorbeeld tijdens de Gildefeesten, jubilea van verenigingen of projecten op scholen). Maar ook door actievere informatieverstrekking naar partners in de samenleving zoals WBT's en adviesraden. En door betere profilering in en inzet van gemeentelijke communicatiemiddelen en zo mogelijk ook in de pers (daarbij moet worden opgemerkt dat lokale en regionale pers al ruim en vaak positief aandacht besteedt aan de gemeente Soest). In hoofdstuk 5 wordt nader beschreven hoe we de zichtbaarheid en herkenbaarheid kunnen verbeteren.

3. **Vragen, luisteren, verbinden en (samen) doen**

Als we beter in willen spelen op de belangen en beleving in de samenleving, moeten we allereerst weten wat er speelt. We gaan inwoners en organisaties bevragen. Goed luisteren en doorvragen om zeker te weten dat we het 'echte' verhaal horen en weten wat mensen drijft. Daarbij hebben we oog voor feitelijkheden én voor de emotionele beleving in de samenleving. Hoewel dat laatste moeilijk grijpbaar is, kunnen emoties soms veel sterker zijn dan feitelijke argumenten en is het noodzakelijk om op die emoties in te spelen. Het is niet alleen belangrijk dat wij als gemeente weten wat er speelt. Partijen in de samenleving moeten dat ook van elkaar weten. Participatie is niet alleen een proces tussen de gemeente en inwoners of organisaties. Ook tussen inwoners (en organisaties) onderling. Als wij stimuleren dat verschillende partijen elkaar vinden in hun belangen, dan maakt dat de besluitvorming voor de gemeente eenvoudiger en transparanter. Door partijen in de samenleving te verbinden met ons als gemeente en met elkaar, kunnen we bovendien de slagkracht vergroten om ook daadwerkelijk meer dingen in de samenleving te realiseren die de samenleving zelf belangrijk vindt.

Dit alles heeft te maken met de participatie van inwoners en organisaties. Participatie kun je op vele wijzen vormgeven. Het 'Afwegingskader burgerparticipatie' is een leidraad om te bepalen hoe participatie vorm krijgt. Daarbij moeten de volgende vragen worden beantwoord:

1. Van wie is het beleid/initiatief?
2. Leent de beleidssituatie zich voor participatie?
3. Zijn noodzakelijke randvoorwaarden vervuld?
4. Wat is het doel van burgerparticipatie in dit beleidsproces?
5. Wie zijn de actoren / wie worden erbij betrokken?
6. In welke beleidfase(n) krijgt participatie een plaats?
7. Welke participatiestijl past het beste? En wie heeft daarin welke rol?
8. Hoe geven we uitvoering aan participatie?

Dit alles in ogenschouw nemend, kunnen we geen standaardvorm kiezen voor participatie. Het zal altijd maatwerk zijn. In hoofdstuk 6 worden wel enkele richtlijnen beschreven en handreikingen gedaan om dit proces vorm te geven. Het afwegingskader is opgenomen in bijlage 2.

'Vragen, luisteren, verbinden en samen doen' valt in de strategische visie onder de noemer 'Interactief bestuur'. Dit komt in de praktijk – zoals beschreven in de 'Nota Communicatie en Participatie' – op het volgende neer:

- *Bewoners, organisaties en bedrijven vragen wat zij belangrijk vinden en waar zij zelf aan willen bijdragen.*
- *Bewoners, organisaties en bedrijven ruimte geven om bij meer onderwerpen betrokken te zijn.*
- *Waar dit wenselijk en zinvol is, hebben deze partners meer invloed: naast adviseur zijn ze ook actief als samenwerkingspartner en initiatiefnemer.*
- *We zetten in op het opbouwen van duurzame relatie zodat de samenwerking als iets vanzelfsprekends aanwezig is.*
- *We investeren in verbindende communicatie om goed met bewoners en partners samen te werken. Eerste voorwaarde voor samenwerking is een open houding, maar dit is niet voldoende. Afgezien van goede bedoelingen gaat het ook om de communicatieve vaardigheden om constructief samen te werken en inlevingsvermogen in onze partners.*

4. Dichtbij contact maken voor vertrouwen en een duurzame relatie

Zoals beschreven in paragraaf 3.2 moeten we ons meer richten op het contact maken (en houden) dichtbij onze inwoners en ondernemers. Dat betekent meer aansluiting zoeken bij hun belangen en beleving. Mensen écht zien en waarderen, gebruik maken van passende media, persoonlijk contact, toegankelijk schrijven en het gebruik van 'klare taal' (niet eromheen draaien, je kwetsbaar op durven stellen, open zijn en fouten en overlast benoemen en zo nodig daarvoor excuses aanbieden). Dit is de basis voor de algehele communicatie, participatie, beleidsontwikkeling- en uitvoering en onze dienstverlening.

Maatwerk

Bij het in uitvoering brengen van 'dichtbij contact maken' moeten we ons realiseren dat dit altijd maatwerk moet zijn, want:

1. inwoners en organisaties zijn heel divers;
2. en hun behoeften en beleving kunnen veranderen als gevolg van ervaringen met onze organisatie maar ook door externe factoren zoals media-aandacht, opinievormers en beeldvorming over 'de overheid' in het algemeen.

Wijze van uitvoering

Contact en communicatie kennen vele vormen. We moeten ons ervan bewust zijn dat de waardering en beeldvorming voor een groot deel worden bepaald door persoonlijke ervaringen met (leden van) onze organisatie.

Strategische communicatie is dan ook meer dan de 'formele' communicatie met inwoners en organisaties via brieven, folders en informatieavonden. Alle vormen van interactie dragen hieraan bij; ook het contact via bijvoorbeeld een telefoniste, beleidsadviseur, buitendienstmedewerker, wethouder of het bijwonen van een klankbordgroep of gemeenteraadsvergadering.

Voor de periode 2011-2014 wordt in het schema in bijlage 3 beschreven welke activiteiten mogelijk kunnen worden ingezet om het contact dichtbij inwoners en ondernemers te versterken.

5. Verbeteren van de zichtbaarheid en herkenbaarheid voor een getrouwe beeldvorming

Een herkenbare identiteit en zichtbaarheid in de samenleving zorgen voor een getrouwe beeldvorming en dat draagt weer bij aan een goede relatie tussen ons als gemeente en onze inwoners, ondernemers en organisaties. Zichtbaarheid en herkenbaarheid zijn daarom voorwaarden een goede communicatie en participatie.

Beeldvorming: bedoelde boodschappen en onbedoelde signalen

In het beeldvormingsproces zijn we eigenlijk voortdurend bezig met afstemmen tussen wat er extern en intern gebeurt, tussen bedoelde boodschappen en onbedoelde signalen en de manier waarop dit alles elkaar beïnvloedt. Daarbij worden de 'onbedoelde signalen' nogal eens over het hoofd gezien. Niet alleen dat wat wij zeggen en schrijven communiceert. De manier waarop we iets zeggen en schrijven geeft ook een signaal af. Een onduidelijk verhaal roept bijvoorbeeld irritatie op.

Maar vooral dat wat wij dóen, geeft een belangrijk signaal af. Of wat we niet doen of te laat. In het belang van een herkenbare en eenduidige identiteit zorgen we dan ook altijd dat onze verbale en non-verbale communicatie én ons handelen bij elkaar aansluiten.

Een herkenbare identiteit: waar staat Soest voor?

De identiteit van de gemeente Soest bestaat uit drie belangrijke ingrediënten.

1. Het grondgebied – wat voor een gemeente is Soest?
2. De gemeentelijke organisatie – waar staan we voor als organisatie?
3. De boegbeelden – wie zijn de boegbeelden van de gemeente Soest en waar staan zij voor?

1. Het grondgebied

Binnen de grenzen van het gemeentelijk grondgebied is het belangrijk dat inwoners in grote lijnen weten wat het bestuur met de gemeente voor ogen heeft. Daarnaast is de identiteit van de gemeente belangrijk voor de invulling van gemeentelijke promotie.

Op dit moment is Soest als het ware ingedeeld in 3 deelgebieden. In Soesterberg geldt een dynamisch ontwikkelingsprofiel met grote veranderingen op komst op de voormalige vliegbasis en met het Masterplan Soesterberg. Voor het dorp Soest geldt een consoliderend profiel gericht op het behouden van de bestaande waarden. En voor het landelijk gebied moet nog een profiel worden opgesteld in samenspraak met de Soester samenleving.

Als je op zoek gaat naar een 'gemene deler' voor de hele gemeente dan biedt het natuurlijke karakter een duidelijk zichtbaar aanknopingspunt (met bossen, polderlandschap, heide, duinen, de rivier de Eem met het aangrenzende nationaal landschap Arkemheen). Maar er is natuurlijk nog veel meer.

2. De gemeentelijke organisatie

Zoals beschreven in paragraaf 4.1 hebben we op veel verschillende manieren contact met onze inwoners en ondernemers. Persoonlijk, tijdens bijeenkomsten of bijvoorbeeld aan de balie. Maar ook via communicatiemiddelen als folders, brieven en de website.

Naast een zorgvuldige en tijdige informatieverstrekking is het belangrijk dat we ons als organisatie tijdens al die contactmomenten met de buitenwereld op een duidelijke, eenduidige en aantrekkelijke manier profileren en dezelfde identiteit uitdragen. Dan weten inwoners beter waar ze aan toe zijn. En dat bevordert het vertrouwen en versterkt de relatie.

Maar het is niet alleen belangrijk wie wij zijn. Zeker zo belangrijk is wat wij doen, wat we niet doen en wat we samen met anderen doen. De buitenwereld moet weten wat ze van ons mag en kan verwachten. Het managen van de verwachtingen is dan ook essentieel in de strategische communicatie.

In het vorige hoofdstuk is beschreven hoe belangrijk contact is voor het versterken van de relatie. Om het effect van dat contact verder te vergoten, is het wenselijk dat we contactmomenten, die vaak door een kleine groep mensen actief en intensief worden beleefd, zichtbaar maken voor een groter publiek. Dit doen we door aandacht in de gemeentelijke en journalistieke media te genereren.

3. De boegbeelden

Iedere medewerker is een ambassadeur van onze organisatie; bijvoorbeeld op straat, op verjaardagen en bij de kapper. Mensen die veel contacten hebben in de samenleving, zoals collegeleden, projectleiders maar bijvoorbeeld ook de receptioniste, kunnen zelfs worden gezien als boegbeelden van de gemeente. Zij hebben een nog grotere invloed op de beeldvorming.

Juist voor die boegbeelden is het belangrijk dat zij op een goede manier zichzelf en de gemeente Soest profileren; in de contacten met inwoners maar bijvoorbeeld ook als zij de pers te woord staan.

Aansluiten bij doelgroepen

Omdat de boegbeelden een grote invloed hebben op de beeldvorming, kunnen zij door veel contact te hebben, op de juiste manier en met de juiste personen een grote bijdrage leveren aan een goede relatie tussen gemeente en samenleving. Belangrijk daarbij is bijvoorbeeld een goede aansluiting met doelgroepen. Iemand die een natuurlijke affiniteit heeft met een bepaalde doelgroep, bijvoorbeeld jongeren of ondernemers, zal makkelijker en beter contact kunnen leggen.

Daarnaast is het belangrijk om inzicht te verkrijgen in en rekening te houden met mensen en instanties die de opinie van onze doelgroepen beïnvloeden.

Positieve associatie

Daarnaast is het belangrijk dat de samenleving de gemeente niet alleen associeert met dingen die als ambtelijk, lastig of als 'probleem' worden ervaren (denk bijvoorbeeld aan het aanvragen van vergunningen, wegwerkzaamheden, tekort aan strooizout). We moeten ons ook nadrukkelijk verbinden met positieve gebeurtenissen in de samenleving (framing). En de boegbeelden kunnen daarbij een belangrijke rol spelen. Bijvoorbeeld door als wethouder van sport zichtbaar te zijn tijdens een kampioenswedstrijd van een lokale vereniging, als college tijdens de Gildefeesten of als wijkwethouder bij de Halloweenviering in Soesterberg.

Zie bijlage 3 voor mogelijke concrete acties om de zichtbaarheid en herkenbaarheid te verbeteren.

Belangen en beleving in beeld door te vragen, luisteren, verbinden en (samen) doen

In het collegeprogramma wordt het belang van participatie benadrukt. De veranderende samenleving vraagt van ons dat we beter inspelen op belangen en beleving in de samenleving. Inwoners hebben ideeën over hun eigen omgeving. Dat kan zijn de straat, de wijk, de sportvereniging, het culturele leven in Soest, het ondernemersklimaat; dat verschilt per persoon. Het feit dat inwoners, ondernemers en organisaties zich betrokken voelen en mede vorm willen geven aan hun omgeving, biedt ons als gemeente nieuwe kansen. Door gebruik te maken van hun betrokkenheid, kennis en kunde kunnen we ons beleid en onze dienstverlening beter laten aansluiten op de behoeften in de samenleving. Om dat te kunnen doen, is het essentieel dat we zorgen dat we de belangen en beleving van de samenleving goed in beeld krijgen. Dat betekent dat we inwoners moeten vragen hoe zij over zaken denken; wat ze willen en waarom. Belangrijk is daarbij dat inwoners en organisaties niet alleen met ons als gemeente praten maar ook met elkaar. Waar kunnen ze elkaar vinden? Op het moment dat partijen in de samenleving invloed willen uitoefenen op hun eigen omgeving, dan hoort daar ook bij dat ze met elkaar daarover in gesprek gaan. Bijvoorbeeld buurtgenoten onderling, inwoners en bedrijven of een ontwikkelaar met omwonenden. Voor de gemeente ligt hier een verbindende en faciliterende rol om het onderlinge gesprek in de samenleving te stimuleren zodat belangen in beeld komen, zo mogelijk worden verenigd, er een weloverwogen besluit kan worden genomen en we uiteindelijk samen tot uitvoering over kunnen gaan (of zelfs de uitvoering aan anderen kunnen overlaten).

Dit wordt in de strategische visie ook wel responsief bestuur genoemd.

Een responsief bestuur vraagt van politici, bestuurders en medewerkers het volgende:

- a. Open houding en goed luisteren naar de inbreng van anderen.*
- b. Adequaate beeld van de vraag: wat leeft er, wat is er aan de hand en wat kunnen 'vragende partijen' zelf inbrengen?*
- c. Zorgvuldige afweging en besluitvorming van alle relevante vragen en belangen.*
- d. Verantwoording waarom wel of niet gevolg wordt gegeven aan een bepaalde vraag.*
- e. Feitelijk handelen conform afweging en besluitvorming.*

ADVIESNOTA GEMEENTE SOEST

25 AUG 2010

7

Steller advies: D. de Nijs-van der Heiden	Par. hfd 	Kenmerk 733396	Afdeling: Bedrijfsvoering	Datum: 20-8-2010	Par. dir 
Onderwerp: Persbeleid					

Voorstel tot besluit:

1. Akkoord gaan met voorstel behandeling persvragen
2. Akkoord gaan met voorstel werkwijze persberichten
3. Akkoord gaan met voorstel werkwijze persgesprek

Advies secretaris:

Bespreken (a)

Beslissing

Conform adviespunten 1 t/m 3.

4. Wekelijks in collegevergadering afspreek welke collegeleden het persgesprek zullen voeren. Daarvoor als vast een laatste punt afenderen.

(A)

Openbaar	Nee	B&W verg.d.d.					
Bijzondere aspecten	Nee	31 AUG 2010	AN	HW	JvB	YK	RC
Portefeuillehouder	Y. Kemmerling	Akkoord					
Overleg met portefeuillehouder	Ja						
Overleg met andere afd.		Bespreken					
Ter inzage voor beleidsveld	Bestuur						

Bijlage(n)

Voorstel tot besluit

1. Akkoord gaan met voorstel behandeling persvragen
2. Akkoord gaan met voorstel werkwijze persberichten
3. Akkoord gaan met voorstel werkwijze persgesprek

Inleiding

Op dit moment hanteren wij voor perscontacten de werkwijze die is afgesproken met het vorige college. Vooruitlopend op het nieuwe communicatiebeleid, stellen wij voor deze afspraken iets aan te passen om de contacten met de pers verder te verbeteren. Als uit de communicatienota blijkt dat verfijning van de afspraken nodig is, kunnen we de afspraken bijwerken.

Beoogd resultaat

Getrouwe beeldvorming in de media waarbij we een goede, laagdrempelige verstandhouding hebben met de pers.

1. Persvragen (voorstel om werkwijze aan te passen)

Bestaande afspraken:

1. Persvraag komt binnen bij Communicatie (op de 'perstelefoon' – mobiel nummer specifiek voor pers om te zorgen voor goede bereikbaarheid tijdens kantooruren), Communicatie zoekt uit wat journalist precies wil weten en wanneer deadline is.
2. Communicatie neemt contact op met vakambtenaar en bespreekt het antwoord en de gevoeligheid van het onderwerp.
3. Communicatie neemt contact op met de portefeuillehouder en bespreekt wie gaat beantwoorden.
4. Vraag wordt beantwoord. Is de persvraag voor 14.00 uur binnengekomen, dan wordt diezelfde dag teruggebeld.
5. Communicatie registreert persvragen.

Voordelen	Nadelen
Portefeuillehouder kan goed sturen op beantwoording vraag en bestuurlijke verantwoordelijkheid invulling geven.	Kost relatief veel tijd van portefeuillehouder, Communicatie en vakafdeling vanwege afstemming.
Er is een totaaloverzicht van persvragen (bij Communicatie) zodat sturing op informatievoorziening mogelijk is.	Journalist moet langer wachten.
Communicatieverantwoordelijkheid ligt nog steeds (zoals afgesproken) decentraal.	In de praktijk vragen portefeuillehouders aan Communicatieadviseurs om te beantwoorden (zijn echter inhoudelijk minder goed ingevoerd dan vakambtenaar en bestuurlijk minder dan portefeuillehouder).

Voorstel aanpassing:

Afhankelijk van de mate van gevoeligheid bepaalt Communicatie in eerste instantie wie de vraag moet beantwoorden. Bij niet gevoelige vraag, wordt vakambtenaar benaderd voor beantwoording. Blijkt bij voorbespreking met de vakambtenaar dat de zaak toch gevoelig ligt, dan wordt de portefeuillehouder ingeschakeld voor beantwoording.

Voordelen	Nadelen
Minder tijdsbesteding door minder afstemming.	Portefeuillehouder heeft minder invloed.
Behoud decentrale structuur.	Vakambtenaren moeten aanvoelen wanneer ze geen antwoord moeten geven als vragen een bestuurlijk gevoelige lading krijgen. Dit vraagt om oefening en goede begeleiding.
Vragen worden sneller beantwoord.	Portefeuillehouder heeft minder zicht op wat in pers verschijnt en kan verrast worden.

2. Persberichten (voorstel om werkwijze te handhaven):

Bestaande afspraken:

1. Vakambtenaar stelt het persbericht op.
2. Communicatie redigeert persbericht en stemt af met vakambtenaar.
3. Vakambtenaar stemt af met portefeuillehouder.
4. Communicatie verstuurt bericht naar pers.

Voordelen	Nadelen
Portefeuillehouder krijgt geredigeerd persbericht.	Bij inhoudelijke vragen van portefeuillehouder kan Communicatie geen antwoord geven.
Medewerkers zitten in de inhoud en kunnen een goede eerste versie schrijven.	Medewerkers voelen zich minder verantwoordelijk voor tekst.
	Medewerkers zijn niet allemaal even goed in teksten schrijven, dit kost communicatie veel tijd om het persbericht verstuurd klaar te krijgen.

Voorstel:

Handhaven bestaande werkwijze.

3. Persgesprek (voorstel om werkwijze aan te passen):

Over de werkwijze gelden de volgende afspraken:

1. Iedere donderdag om 9.00 uur is er een persgesprek n.a.v. B&W nota's van diezelfde week.
2. Burgemeester leidt persgesprek en wethouders kunnen aanschuiven om hun onderwerpen zelf toe te lichten.
3. Medewerkers kunnen worden gevraagd om onderwerpen toe te lichten.

Voor specifieke onderwerpen worden aparte persgesprekken/persconferenties gehouden.

Voordelen	Nadelen
Portefeuillehouders zijn aanwezig om toelichting te geven op onderwerpen.	Kost tijd voor alle wethouders i.p.v. alleen burgemeester.
Journalisten kunnen direct vragen stellen aan wethouders en burgemeester, hierdoor kan ook anders nieuws naar voren komen.	Wethouders zijn nog niet altijd voldoende getraind in direct contact met journalisten.
Wethouders bouwen een band op met journalisten, dit komt de berichtgeving ten goede.	Enige afstand tot de pers kan handig zijn voor functioneren.

Voorstel aanpassing:

Bepaal aan de hand van de onderwerpen die in het persgesprek worden behandeld welke portefeuillehouder het persgesprek leidt. Als de agenda daar aanleiding toe geeft, kunnen ook meerdere portefeuillehouders bij het persgesprek aanwezig zijn.

Voordelen	Nadelen
Zorgt voor uitgebreidere (meer getrouwe) berichtgeving.	Kost meer tijd van wethouders.
Beter sturen op inhoud berichtgeving.	Enige afstand tot de pers kan handig zijn voor functioneren.
Versterking verstandhouding tussen gehele college en pers want pers heeft op deze manier meer contact met andere portefeuillehouders dan alleen burgemeester.	

Communicatie

Wij stellen voor dit (iets aangepaste) persbeleid voor te leggen aan de lokale en regionale pers om hun mening te horen over de voorgestelde werkwijze.

Evaluatie en verantwoording

Wij stellen voor het persbeleid over een half jaar te evalueren met college en de lokale en regionale pers waar we veel contact mee hebben.

Kosten, baten, dekking

n.v.t.

Referendabel ja/nee

nee

Analyseschema's

Persberichten die door de gemeente zijn verstuurd, zijn aan de hand van onderstaand schema geanalyseerd. Dit schema is opgesteld aan de hand van criteria die de gemeente Soest zelf heeft gesteld, aangevuld met relevante theorie over schrijfstijlen.

Persbericht:				
Datum				
Waar mogelijk gebruik gemaakt van:	Ja	Nee	Nvt	Positief of negatief
Beeldmateriaal meegestuurd				
Lezer direct aangesproken De lezer = u, de gemeente = wij				
Quotes gebruikt?				
Beperkte hoeveelheid tekst				
Korte aansprekende kopjes				
Actieve schrijfstijl				
Gebruik van namen				
Ambtenarenwoorden gebruikt?				
Participatie toegepast en in beeld gebracht				

Artikelen door de pers geschreven

De artikelen die zijn verschenen in de pers, zijn aan de hand van onderstaand schema geanalyseerd. Dit schema is opgesteld met behulp van informatie van de Rijksoverheid.⁵² Daarnaast heeft er overleg plaatsgevonden met de opdrachtgever om te kijken wat zij te weten wil komen.

Medium/datum/journalist	Antwoord	Woorden die hierop wijzen
Grootte van het artikel in mm		
Positionering in de krant		
Positionering ten opzichte van andere berichten		
Vanuit persbericht geschreven of eigen nieuwsgaring		
Letterlijk overgenomen of eigen bewoording		
Citaat van wethouder of gemeentewoordvoerder gebruikt?		
Opvallende woorden in titel		
Alleen gemeente of ook andere partijen		
Positief of negatief		
Opvallende woordkeus		

⁵² Rijksoverheid (z.j.) *Media-analyse*

Resultaten

Uit de verschillende onderzoeksmethoden zijn verschillende resultaten naar voren gekomen. Deze resultaten worden in dit hoofdstuk besproken.

Persberichten van gemeente

Bij het analyseren van de persberichten die de gemeente zelf uitzend, heb ik gelet of de persberichten 'Zichtbaar Dichtbij' geschreven waren. Uit de analyse kwam naar voren dat in de meeste gevallen in de actieve vorm geschreven is. Daarnaast worden er ook geen moeilijke woorden gebruikt.

Reacties op Twitter

Naar aanleiding van de persberichten die de gemeente Soest heeft verstuurd, heb ik gekeken of berichten worden geretweet. Uit deze analyse is gebleken dat berichten weinig worden geretweet. Van de dertien berichten die de gemeente op Twitter heeft geplaatst, naar aanleiding van de persberichten uit de onderzoeksweken, zijn vijf berichten geretweet. Een van deze vijf berichten is door twee twitteraars geretweet. Wanneer deze worden geretweet gebeurd dit in veel gevallen door dezelfde persoon, een raadslid van de gemeenteraad van Soest.

Berichtgeving in de kranten

Zoals aangegeven heb ik geanalyseerd welke berichten terugkwamen in de kranten en op de website van RTV Utrecht. In de analyse heb ik gekeken naar verschillende criteria zoals weergegeven in schema 1.2. Per medium zal ik hieronder de opvallende resultaten beschrijven.

	Positief voor Soest	Aandachtspunt voor Soest
Soester Courant	Van de 20 berichten staan er 4 op de voorpagina. 7 berichten zijn positief* geformuleerd. 12 berichten zijn neutraal** geformuleerd. 18 berichten zijn in eigen bewoording geschreven, en daarvan is er slechts 1 negatief*** geformuleerd. 2 persberichten zijn letterlijk overgenomen. In 5 berichten wordt een citaat van de wethouder benoemd. In twee berichten wordt de woordvoerder geciteerd. 17 berichten behoren tot de grootste artikelen op de pagina.	1 van deze 4 berichten op de voorpagina is negatief geformuleerd. 1 bericht is negatief geformuleerd.
Soest Nu	Er zijn 5 van de 11 berichten op de voorpagina geplaatst 5 berichten zijn letterlijk overgenomen. 2 berichten zijn positief* geformuleerd 8 berichten zijn neutraal** geformuleerd. In 3 artikelen wordt een citaat van een wethouder gebruikt. In 10 gevallen behoort het artikel tot de grootste van de pagina.	1 bericht is negatief*** geformuleerd, dit betreft een column. In dit artikel wordt 1 citaat gebruikt.
Gooi en Eemlander (editie Eemland)	Van de 22 berichten, staan er 18 op de voorpagina van het regionaal nieuws. Van al deze berichten zijn er 8 berichten positief* geschreven. Daarnaast zijn er 7 berichten neutraal** geformuleerd. In 12 gevallen behoort de berichtgeving tot de grootste berichten op de pagina	Subjectieve berichtgeving door eigen bewoording van journalisten (in 20 berichten eigen bewoording gebruikt) 7 van de 22 berichten zijn in het nadeel*** van de gemeente Soest geschreven. Er wordt in slechts 4 berichten een citaat van een wethouder benoemd.

AD Amersfoortse courant	11 berichten geplaatst nav de uitgestuurde berichten Gemeente Soest is tweemaal op de voorpagina geplaatst In 9 gevallen was de berichtgeving over Soest een van de grootste artikelen Er zijn 7 neutrale** berichten geplaatst. Er zijn 3 positieve* berichten geplaatst. 10 van de 11 berichten zijn geschreven vanuit eigen bewoording, en er is slechts 1 artikel waar dit negatief gebeurd.	In de onderzoeksweek van november zijn er geen berichten geplaatst nav persberichten. Er wordt in slechts één artikel een citaat van een wethouder gebruikt. In twee gevallen een citaat van een ambtenaar. Er is één negatief*** artikel geplaatst.
RTV Utrecht (website)	x	Geen berichten op de website naar aanleiding van persberichten door de gemeente Soest verstuurd.

*Met positief wordt bedoeld dat de gemeente niet in diskrediet gebracht wordt. Daarnaast wordt er in deze berichten een positief beeld van de gemeente getoond.

** neutraal betekend dat berichten niet in het voordeel noch in het nadeel van de gemeente zijn geschreven.

*** Met de term nadeel wordt bedoeld dat de gemeente negatief wordt weergegeven in de berichtgeving.

Interviews met journalisten

Voor dit onderzoek zijn er vier interviews afgenomen met journalisten. Deze journalisten zijn allemaal werkzaam bij media waar de gemeente Soest contact mee heeft. Dit zijn de kranten: de Soester Courant, Gooi- en Eemlander en AD Amersfoortse Courant en RTV Utrecht. Met één lokaal medium, de Soest Nu, zijn er schriftelijk vragen beantwoord.

Interviews		
Uitblinkers	Persberichten	Inhoud
		Lengte
		Foto's
		Citaten
	Perstelefoon	Bereikbaarheid
		Welwillendheid
		Gesprek met een ambtenaar of wethouder
	Persgesprek	Open en informele sfeer
		Actuele onderwerpen
		Mogelijkheid voor vragen
		Persstukken zijn uitgebreid
Verbeterpunten	Persberichten	Schrijfstijl is formeel
		Gebruik van cliché citaten
		Vanuit de gemeente gedacht
		Bij het verzenden een korte samenvatting meesturen.
	Perstelefoon	Interne lange weg → belemmering voor hoor en wederhoor
		Pr voor de gemeente
		Omweg via communicatie
	Persgesprek	Voorselectie van onderwerpen
		Informeel → zorgt soms voor weinig zakelijkheid en precisie
		Niet iedereen is 'in-crowd'

Persberichten

Uit dit onderzoek is gebleken dat de journalisten over het algemeen tevreden zijn over het contact met de gemeente. Drie journalisten geven aan dat ze *de persberichten* als nuttig ervaren. *De inhoud en de lengte is goed*. Soms moet er gebeld worden voor extra informatie, maar de afdeling communicatie is dan erg welwillend. Één journalist geeft aan dat zijn krant, de Gooi- en Eemlander, niet veel aandacht besteed aan de persberichten die de gemeente verstuurd. Wel geeft hij aan dat als er *foto's* mee

gestuurd worden dat dit een mooie aanvulling is. In de krant kan er ook meer ruimte vrijgemaakt worden wanneer er een foto beschikbaar is. Ook RTV Utrecht geeft aan dat de wanneer er foto's worden meegestuurd, dit de kans op plaatsing groter maakt. Bij de Soester Courant en de Soest Nu wordt aangegeven dat persberichten altijd waardevol zijn. "Wij weten niks, alleen wat ons aangereikt wordt", aldus de Soester Courant. De foto's die de gemeente meestuurt vindt hij dan ook goed. Als er ruimte is, dan kan de foto gebruikt worden.

De *schrijfstijl* van de persberichten is niet altijd even goed, volgens twee journalisten. De Soester Courant meldt dat 'het nieuws' soms ver in het bericht staat in plaats van boven aan. Het AD Amersfoort geeft aan dat de formulering vaak erg formeel is. "De trend in de journalistiek laat zien dat er meer in verhaalvorm geschreven wordt." De journalisten moeten een vertaalslag maken in de persberichten. RTV Utrecht: "Gemeenten moeten zich indekken, wij kunnen daar wat vrijer mee omgaan." Alle journalisten geven aan dat zij de vertaalslag ook de taak van de journalistiek vinden. Het gebruik van citaten is alleen nuttig als er echt een uitspraak gedaan wordt door een wethouder. Soester Courant: "Vaak staan er cliché antwoorden in. Wethouders leggen de nadruk op wat zij voor de burger doet en dat ze naar hun luisteren". De Gooi- en Eemlander geeft ook aan dat de persberichten heel erg vanuit de gemeente gedacht zijn, in plaats vanuit de inwoner. RTV Utrecht benoemt ook dat een persbericht over de rekenkamer bijvoorbeeld 'niet relevant' is. "Nieuws dat een inwoner raakt, wat mensen bezighoudt, dat zenden wij uit".

Perstelefoon

Alle journalisten geven aan dat de bereikbaarheid goed is. De telefoon wordt altijd opgenomen, of je wordt heel snel terug gebeld. Er wordt door de Gooi- en Eemlander, de Soester Courant en het AD Amersfoortse Courant gezegd dat de welwillendheid bij de afdeling communicatie groot is. De afdeling doet echt haar best om snel antwoord te geven. Toch duurt het soms wel lang voor er een antwoord komt. Het AD Amersfoortse Courant geeft aan dat zij op die manier belemmerd worden in de 'hoor en wederhoor toepassing'. Ook wordt door de Soester Courant en het AD Amersfoortse Courant aangegeven dat rechtstreeks contact met een ambtenaar het fijnst is. Dit was tot 2 jaar geleden het geval, maar is met de komst van de perstelefoon veranderd. Zijn snappen dat dit een reden heeft, maar nu wordt er soms omslachtig omgegaan met informatie. De Gooi- en Eemlander geeft aan dat een gesprek voeren met een ambtenaar het handigst is. Informatie krijg je door een gesprek te voeren, niet door een vraag neer te leggen bij de afdeling Communicatie. De informatie die je graag wil hebben, vraag je namens je lezer. Dit zijn de inwoners van Soest. De Soest Nu heeft een kanttekening wanneer het om beantwoorden van vragen gaat. "De voorlichter van de gemeente blijft vooral pr voor de gemeente leveren".

Persgesprek

Het persgesprek ervaren de Soest Nu, de Soester Courant, de Gooi- en Eemlander en het AD Amersfoort als zeer positief. RTV Utrecht geeft aan het erg jammer te vinden dat zij de mankracht er niet voor hebben om bij het persgesprek aanwezig te zijn. De persstukken die worden opgestuurd, zijn dan wel prettig om te ontvangen. De onderwerpen zijn actueel en de toelichting vinden aanwezigen zeer waardevol. De Soester Courant merkt wel op dat zij het vervelend vinden dat er een voorselectie wordt gemaakt in de onderwerpen op de agenda. De journalist geeft aan dat hij snapt dat betrokkenen eerst op de hoogte gesteld moeten worden, "maar daarom is het persgesprek verschoven van de woensdag naar de donderdag". De Gooi- en Eemlander heeft aan dat de onderwerpen die hier aan bod komen nieuw zijn. Door het persgesprek komt de journalist te weten wat er speelt op het gemeentehuis. Je kan direct vragen stellen aan de wethouder en dit werkt goed. De open sfeer die er is tijdens het persgesprek wordt ook als zeer prettig ervaren.

Redactionele keus

Redactionele keuze	Eindproduct	Wie schrijft voor Soest
AD Amersfoortse Courant	Chef redactie, in overleg	1 persoon voor Soest
Gooi- en Eemlander	Geen eindredactie, in overleg	Meerdere mensen voor Soest
Soester Courant	2 redacteuren	2 voor Soest, 1 voor Soesterberg, 1 voor sport
Soest Nu	Redacteur	Aantal correspondenten
RTV Utrecht	Chef redactie	Geen speciale correspondent

De redactionele keuze ligt bij iedere organisatie anders. Over het algemeen wordt er overal overleg gevoerd over onderwerpen. De Gooi- en Eemlander geeft ook aan dat dit het mooie is van persvrijheid, samen bepalen wat er in de krant komt. Ook geeft de Gooi- en Eemlander aan dat de krant hier mee een *maatschappelijke rol* vervult. In de krant komen onderwerpen die een *afspiegeling* zijn van wat er speelt in de samenleving. Daarnaast hebben zij als functie om zaken op de agenda te zetten. Het AD Amersfoortse Courant geeft aan dat de journalist onderwerpen kan aandragen en dat er dan in overleg wordt besloten of een onderwerp in de krant komt en met welk volume. De schrijfstijl voor het

AD moet *verhalend zijn en met quotes*. Het verhaal moet *dichtbij de lezer* komen. Bij RTV Utrecht probeert men alle gemeenten evenredig veel aandacht te geven, bij het inplannen van de items wordt hier rekening mee gehouden. Soms lukt dit niet, uit praktische overweging wordt er dan een keus gemaakt.

Bij de Soester Courant wordt duidelijk aangegeven dat alle berichten die binnenkomen worden gescreend en gecorrigeerd. "Wij willen geen gekleurde berichten in de krant, de lezer denkt dat de Soester Courant de afzender is."

De Soest Nu geeft aan dat de redacteur weinig tijd heeft om zelf verhalen te schrijven, daarom is haar functie nu meer nieuws en berichten beoordelen en kanaliseren. Wel zijn er nog correspondenten die ook berichten aanleveren.

Algemeen	Positief	Verbeterpunt
Soester Courant	Altijd bereikbaar	Uitkomsten van perslunches zijn niet in praktijk gebracht
Soest Nu	Prettig, zeer informatief en informeel contact	Informeel contact kan een valkuil worden
Gooi- en Eemlander	Persgesprek en openheid	'krampachtig' bij het spreken van ambtenaren
RTV Utrecht	Persberichten versturen	B&W niet altijd bereikbaar
AD Amersfoortse courant	Toegankelijkheid	Geen lijst meer met interne telefoonnummers

Persbeleid van andere gemeenten

Bij vier andere gemeenten heb ik het persbeleid opgevraagd om overeenkomsten en verschillen in te zien. Om dit te doen zijn de gemeenten Baarn, Barendrecht, Waalwijk en Houten benaderd. De keuze voor de gemeente *Baarn* is gemaakt omdat zij met dezelfde media te maken heeft. De gemeente *Barendrecht* en de gemeente *Waalwijk* zijn benaderd op basis van het inwonersaantal. De gemeente *Houten* is benaderd omdat zij in dezelfde regio opereren en het inwoneraantal van Soest en Houten niet ver uit elkaar ligt. Alle vier de gemeenten hebben medewerking verleend.

Binnen de gemeente Soest zijn er intern regels hoe men omgaat met de pers. Het college van B&W heeft op 31 augustus 2010 deze regels vastgesteld. Deze regels zijn tot stand gekomen via een B&W adviesnota die het cluster communicatie heeft ingediend.⁵³ Het uitgangspunt is dat het cluster communicatie de regiefunctie heeft wanneer er persvragen binnenkomen. Het cluster houdt het overzicht en coördineert het overzicht.⁵⁴

⁵³ Gemeente Soest. (2010) *Adviesnota gemeente Soest: Persbeleid*.

⁵⁴ Gemeente Soest. (2010) *Hoe gaan we om met de pers intern*.

Persbeleid		Overeenkomsten	Verschillen tav Soest
	Baarn	Openbare besluitenlijst verzenden	Sporadisch persgesprek
		Coördineren van telefonische persvragen	Geen perstelefoon
		Representatieve agenda naar media	
	Barendrecht	Decentrale communicatie	
		Dossier met persvragen	Sporadisch persgesprek
		Persberichten op Twitter	Themagerichte verzendlijst
		Ambtenaren praten niet zonder toestemming met de pers	
	Waalwijk	Decentrale communicatie	Persgesprek op dinsdagmiddag
		Persvragen komen binnen bij communicatie	Hulpmiddelen voor medewerkers op intranet
	Houten	Decentrale communicatie	Geen vastgesteld persbeleid
		Persvragen ontvangen en beantwoorden	Wekelijks persgesprek op dinsdagmiddag (wel een collegebesluit)
		Persberichten versturen via email, website en op Twitter	Geen perstelefoon, een vaste adviseur per wethouder
			Piketdienst, tot 22.30 bereikbaar voor journalisten (valt samen met crisispiket)

Baarn

De gemeente Baarn heeft in de communicatienota 2011-2014 een persprotocol toegevoegd.

De acties die hierin staan zijn als volgt:

- * Openbare besluitenlijst B&W verzenden
- * Persbijeenkomsten bij perspectiefnota, begroting, jaarrekening en bij belangrijke mijlpalen in coalitieakkoord
- * Telefonische beschikbaarheid bij persvragen
- * Bewustzijn belang perscommunicatie vergroten binnen de ambtelijke organisatie
- * Representatieve agenda collegeleden naar pers
- * Raadsstukken voor de media
- * Informatiebrieven
- * Individuele afspraken over beschikbaarheid collegeleden voor persvragen/interviews
- * Bestuurders en managers trainen in mediacontacten
- * Correct omgaan met onaangekondigde media

Barendrecht

De gemeente Barendrecht heeft in 2010 een notitie 'Pers- en mediabeleid van de gemeente Barendrecht' bij het college van B&W ingediend. "In deze notitie worden de doelstellingen, strategie, en bijbehorende houding en gedrag uiteengezet van het Barendrechtse pers- en mediabeleid." ⁵⁵ De gemeente Barendrecht geeft in deze notitie onder andere aan dat de pers een van de belangrijkste communicatiekanalen voor gemeentelijke informatie aan inwoners en bezoekers zijn. Zij onderhoudt intensief contact met de journalisten van lokale media. Acties die verder genoemd worden in de notitie zijn:

- * Alle contacten van Communicatie met de pers worden vastgelegd in een dossier persvragen. Op die manier kan de beoogde duiding en regie worden bereikt en werken we aan een consistente communicatielijn naar de media.
- * Aangezien de antwoorden naar de pers geaccordeerd dienen te worden door de bestuurders, geven deze hoge prioriteit aan het checken van de antwoorden
- * Bij onderwerpen die zich daarvoor lenen blijven we persgesprekken organiseren, waar relevant met samenwerkende partijen.
- * Daarnaast geven we ruimte voor achtergrondgesprekken tussen bestuurders en journalisten

⁵⁵ Gemeente Barendrecht (2010) *Pers- en mediabeleid van de gemeente Barendrecht*

- * We beperken het aantal persberichten, omdat we de focus willen leggen op de onderwerpen die we voor het voetlicht brengen. Bij de verzending van de persberichten maken we gebruik van themagerichte verzendlijsten, waarmee we ook landelijke en vakmedia van de juiste informatie kunnen voorzien.
- * Persberichten bevatten concreet nieuws, waarbij het logisch is dat de gemeente de afzender is. Zo niet, dan wordt gebruik gemaakt van andere communicatiemiddelen.
- * Persberichten worden wereldkundig gemaakt via Twitter
- * We gaan meer werken met foto's/afbeeldingen en inzet van audiovisuele media voor onze eigen communicatie. Het aanbieden van opnames van een persconferentie of een eigen interview met een bestuurder behoren tot de mogelijkheden
- * (nieuwe) medewerkers wordt verteld dat ambtenaren nooit zonder toestemming met de pers mogen praten.

Om bovenstaande punten in uitvoering te brengen, worden er verschillende procedures en handleidingen beschikbaar gesteld voor alle medewerkers:

- * Perswoordvoeringslijn
- * Waarover wel/geen persbericht
- * Procedure uitsturen persbericht
- * Wanneer welke verzendlijst gebruiken
- * Procedure monitoren omgevingsanalyse
- * Procedure wanneer wel/geen foto's maken bij bijeenkomsten
- * Tips voor taalgebruik bij persberichten en artikelen.

Waalwijk

De gemeente Waalwijk heeft een persbeleid en daar zijn twee checklists uit voort gekomen. Voor de medewerkers heeft de gemeente Waalwijk twee documenten op intranet staan. Een heeft als onderwerp 'persberichten' de ander 'persvragen'. Het bureau Communicatie is bij de gemeente Waalwijk verantwoordelijk voor de persberichten en persvragen. Daarnaast is er iedere dinsdagmiddag na de collegevergadering een persgesprek.

Houten

De gemeente Houten heeft geen vastgesteld persbeleid. De gemeente Houten geeft ook aan dat zij bewust kiest voor een open relatie met de pers. Wel voert de afdeling Communicatie verschillende handelingen en acties uit. De bestaan uit de volgende:

Persgesprek

In tegenstelling tot andere persactiviteiten, is er over het persgesprek wel een expliciet collegebesluit genomen. Elke dinsdagmiddag vindt deze plaats en hier komen de collegebesluiten van de voorgaande week ter sprake. Ongeveer 10 lokale en regionale media ontvangen een uitnodiging. De vaste bezoekers zijn het Houtens Nieuws en het Algemeen Dagblad/Utrechts Nieuwsblad. Journalisten kunnen naast de agendapunten ook zelf onderwerpen of vragen aandragen.

Persberichten

Het versturen van persberichten- via email, de website en Twitter- is een actie door één van de medewerkers van het cluster Communicatie. Het opstellen is een gedeelde verantwoordelijkheid van de beleidsmedewerker die inhoudelijk bij het onderwerp betrokken is, en de communicatieadviseur. Dit komt er meestal op neer dat het cluster Communicatie een persbericht redigeert. Heel soms, bij 'grotere onderwerpen', komt het voor dat de communicatieadviseur het hele proces voor zijn rekening neemt.

Persvragen

Zowel het in ontvangst nemen als beantwoorden van persvragen loopt altijd via het cluster Communicatie. Elke communicatieadviseur heeft een 'eerste portefeuillehouder'. De reguliere perscontacten weten voor welk onderwerp ze bij welke adviseur moeten zijn. Wanneer een persvraag niet binnen een dag beantwoord kan worden, dan wordt de journalist daarvan op de hoogte gebracht.

Piket

Voor een zo optimaal mogelijke bereikbaarheid, draaien vijf communicatieadviseurs piket. Journalisten kunnen de pikethouder tot 's avonds 22.30 uur bellen. De 'perspiket' valt samen met het piket in het kader van crisisbeheersing.

Raadsvergaderingen

Een belangrijk contactmoment met journalisten is tijdens de raadsvergaderingen. Een communicatieadviseur neemt plaats achter de communicatietafel. Op die manier kunnen er snel vragen beantwoord worden van de pers. Dit doet de gemeente vooral omdat het goed is voor het onderhouden van de relaties.

Uitgestuurde persberichten

Maand	Titel	Dag + tijdstip	Wethouder	Portefeuille	Aantal artikelen in media
November	Voornemen tot gunning exploitatie Spleasure Centrum	Vrijdag 11-11-2011	Jannelies van Berkel	Bewegen	4
December	Gemeente Soest en stichting Cultuurplatform Soest slaan handen ineen voor Gemeentelijke Cultuurprijzen	Donderdag 08-12-2011	Rosan Coppes	Kunst en Cultuur	4
	Stroomstoring in deel Soest	Donderdag 08-11-2011 16:50			2
	Zwembad Spleasure Centrum twee dagen dicht	Donderdag 08-11-2011	Jannelies van Berkel	Bewegen	3
	Tarief identiteitskaart kinderen tot en met 13 jaar fors omhoog	Vrijdag 09-11-2011	Rosan Coppes	Dienstverlening	1
	Aanvragen/afhalen rijbewijzen niet mogelijk op 28-30 december	Maandag 12-12-2011	Rosan Coppes	Dienstverlening	1
Januari	Cursus duurzaam tuinieren in milieucentrum	Donderdag 12-01-2012	Harry Witte	Natuur en Landschap/ Milieu	1
	Informatieavond collectief inkopen zonnepanelen	Donderdag 12-01-2012	Harry Wite	Milieu	4
	Speel- en speurtentoonstelling over natuur in stad en dorp. Merelmest, miezemuizen en hommelpap	Donderdag 12-01-2012	Harry Witte	Natuur en Landschap	2
	Controles op afvalscheiding gaan van start	Vrijdag 13-01-2012	Harry Witte	Milieu	5
	Nieuw handhavings-beleid voor fysieke leefomgeving	Vrijdag 13-01-2012	Harry Witte	Ruimtelijke ontwikkeling	4
Februari	Bewoners Gaesbeekhof onderhouden zelf het openbare groen	Woensdag 08-02-2012	Jannelies van Berkel	Infrastructuur	5
	Persuitnodiging: Prijsuitreiking fotowedstrijd 'Gezichten van Soest en Soesterberg'	Vrijdag 10-02-2012	Yvonne Kemmerling	Middelen/ bestuurlijke vernieuwing	
	Inwoners kiezen winnaar fotowedstrijd 'Gezichten van Soest en Soesterberg'	Dinsdag 14-02-2012	Yvonne Kemmerling	Middelen/ bestuurlijke vernieuwing	3

Zijn de persberichten' Zichtbaar Dichtbij' geschreven?

In onderstaande schema's ziet u aan de hand van verschillende criteria of de berichtgeving voldoet aan Zichtbaar Dichtbij. De criteria zijn opgesteld naar aanleiding van literatuur en de expertise van het cluster Communicatie. Het laatste punt, over participatie, is ingevuld aan de hand van de 'participatiewijzer'⁵⁶ die de gemeente Soest hanteert.

November 2011:

Persbericht: Voornemen tot gunning exploitatie Spleasure Centrum				
11 november 2011				
Waar mogelijk gebruik gemaakt van:	Ja	Nee	Nvt	Positief of negatief
Beeldmateriaal meegestuurd		x		
Lezer direct aangesproken De lezer = u, de gemeente = wij	X "We wilden ons opnieuw oriënteren"			
Quotes gebruikt?	x			
Beperkte hoeveelheid tekst	x			
Korte aansprekende kopjes		x		
Actieve schrijfstijl		X Zal		
Gebruik van namen			x	
Ambtenarenwoorden gebruikt?	X Alvorens			
Participatie toegepast en in beeld gebracht			X Informereren	

December 2011

Persbericht: Gemeente Soest en stichting Cultuurplatform Soest slaan handen ineen voor Gemeentelijke Cultuurprijzen				
8 december 2011				
Waar mogelijk gebruik gemaakt van:	Ja	Nee	Nvt	Positief of negatief
Beeldmateriaal meegestuurd		x		
Lezer direct aangesproken De lezer = u, de gemeente = wij	X "Met...kunnen we onze waardering uitten"			
Quotes gebruikt?	x			
Beperkte hoeveelheid tekst		x		
Korte aansprekende kopjes		x		
Actieve schrijfstijl		X Zal worden bekend worden gemaakt Zal plaatsvinden		
Gebruik van namen	x			
Ambtenarenwoorden gebruikt?		x		
Participatie toegepast en in beeld gebracht			X Informereren	

Persbericht: Stroomstoring in deel Soest				
8 december 2011				
Waar mogelijk gebruik gemaakt van:	Ja	Nee	Nvt	Positief of negatief
Beeldmateriaal meegestuurd			x	
Lezer direct aangesproken De lezer = u, de gemeente = wij			x	
Quotes gebruikt?			x	
Beperkte hoeveelheid tekst	x			
Korte aansprekende kopjes			x	
Actieve schrijfstijl	x	.		
Gebruik van namen			x	
Ambtenarenwoorden gebruikt?		x		

⁵⁶ Gemeente Soest (2011) *Participatiewijzer gemeente Soest*.

Participatie toegepast en in beeld gebracht			X Informereren	
---	--	--	-------------------	--

Persbericht: Zwembad Spleasure Centrum twee dagen dicht				
8 december 2011				
Waar mogelijk gebruik gemaakt van:	Ja	Nee	Nvt	Positief of negatief
Beeldmateriaal meegestuurd		x		
Lezer direct aangesproken De lezer = u, de gemeente = wij		x		
Quotes gebruikt?		x		
Beperkte hoeveelheid tekst		x		
Korte aansprekende kopjes		x		
Actieve schrijfstijl	x	.		
Gebruik van namen		x		
Ambtenarenwoorden gebruikt?		x		
Participatie toegepast en in beeld gebracht			X Informereren	

Persbericht: Tarief identiteitskaart kinderen tot en met 13 jaar fors omhoog				
9 december 2011				
Waar mogelijk gebruik gemaakt van:	Ja	Nee	Nvt	Positief of negatief
Beeldmateriaal meegestuurd		x		
Lezer direct aangesproken De lezer = u, de gemeente = wij		x		
Quotes gebruikt?			x	
Beperkte hoeveelheid tekst	x			
Korte aansprekende kopjes		x		
Actieve schrijfstijl	x	.		
Gebruik van namen			x	
Ambtenarenwoorden gebruikt?		x		
Participatie toegepast en in beeld gebracht			X Informereren	

Persbericht: Aanvragen/afhalen rijbewijzen niet mogelijk op 28-30 december				
12 december 2011				
Waar mogelijk gebruik gemaakt van:	Ja	Nee	Nvt	Positief of negatief
Beeldmateriaal meegestuurd		x		
Lezer direct aangesproken De lezer = u, de gemeente = wij		x		
Quotes gebruikt?			x	
Beperkte hoeveelheid tekst	x			
Korte aansprekende kopjes			x	
Actieve schrijfstijl	x	.		
Gebruik van namen			x	
Ambtenarenwoorden gebruikt?		x		
Participatie toegepast en in beeld gebracht			X Informereren	

Januari 2012

Persbericht: Cursus duurzaam tuinieren in milieucentrum Soest				
12 januari 2012				
Waar mogelijk gebruik gemaakt van:	Ja	Nee	Nvt	Positief of negatief
Beeldmateriaal meegestuurd		x		
Lezer direct aangesproken De lezer = u, de gemeente = wij		x		
Quotes gebruikt?		x		
Beperkte hoeveelheid tekst		x		

Korte aansprekende kopjes		x		
Actieve schrijfstijl	x	.		
Gebruik van namen	x			
Ambtenarenwoorden gebruikt?		x		
Participatie toegepast en in beeld gebracht			X Informeren	

Persbericht: Informatieavond collectief inkopen zonnepanelen				
12 januari 2012				
Waar mogelijk gebruik gemaakt van:	Ja	Nee	Nvt	Positief of negatief
Beeldmateriaal meegestuurd		x		
Lezer direct aangesproken De lezer = u, de gemeente = wij		x		
Quotes gebruikt?		x		
Beperkte hoeveelheid tekst	x			
Korte aansprekende kopjes			x	
Actieve schrijfstijl	x	.		
Gebruik van namen	x			
Ambtenarenwoorden gebruikt?		x		
Participatie toegepast en in beeld gebracht	X Coproduceren			

Persbericht: Merelmest, miezemuizen en hommelpap				
Waar mogelijk gebruik gemaakt van:	Ja	Nee	Nvt	Positief of negatief
Beeldmateriaal meegestuurd		x		
Lezer direct aangesproken De lezer = u, de gemeente = wij		x		
Quotes gebruikt?		x		
Beperkte hoeveelheid tekst		x		
Korte aansprekende kopjes	x			
Actieve schrijfstijl	x	.		
Gebruik van namen			x	
Ambtenarenwoorden gebruikt?		x		
Participatie toegepast en in beeld gebracht			X Informeren	

Persbericht: Controles op afvalscheiding gaan van start				
13 januari 2012				
Waar mogelijk gebruik gemaakt van:	Ja	Nee	Nvt	Positief of negatief
Beeldmateriaal meegestuurd			x	
Lezer direct aangesproken De lezer = u, de gemeente = wij		x		
Quotes gebruikt?		x		
Beperkte hoeveelheid tekst	X			
Korte aansprekende kopjes	X			
Actieve schrijfstijl	X	.		
Gebruik van namen			X	
Ambtenarenwoorden gebruikt?		x		
Participatie toegepast en in beeld gebracht			X Informeren	

Persbericht: Nieuw handhavingsbeleid voor fysieke leefomgeving				
13 januari 2012				
Waar mogelijk gebruik gemaakt van:	Ja	Nee	Nvt	Positief of negatief
Beeldmateriaal meegestuurd		x		
Lezer direct aangesproken De lezer = u, de gemeente = wij	X We maken daarbij onderscheid...			
Quotes gebruikt?		x		

Beperkte hoeveelheid tekst	x			
Korte aansprekende kopjes	x			
Actieve schrijfstijl	x	.		
Gebruik van namen			x	
Ambtenarenwoorden gebruikt?	X Geactualiseerd handhavingsbesluit, Concrete prioriteitstelling, Constructieve veiligheid, Inzet van mensen en middelen bij het toezicht en de sanctionering, inherent			
Participatie toegepast en in beeld gebracht			X Informereren	

Februari 2012

Persbericht: Bewoners Gaesbeekerhof onderhouden zelf het openbare groen				
8 februari 2012				
Waar mogelijk gebruik gemaakt van:	Ja	Nee	Nvt	Positief of negatief
Beeldmateriaal meegestuurd	X			
Lezer direct aangesproken De lezer = u, de gemeente = wij	x			
Quotes gebruikt?	x			
Beperkte hoeveelheid tekst		x		
Korte aansprekende kopjes		x		
Actieve schrijfstijl	x	.		
Gebruik van namen		x		
Ambtenarenwoorden gebruikt?		x		
Participatie toegepast en in beeld gebracht	X Faciliteren			

Persbericht: Inwoners kiezen winnaar fotowedstrijd 'Gezichten van Soest en Soesterberg'				
14 februari 2012				
Waar mogelijk gebruik gemaakt van:	Ja	Nee	Nvt	Positief of negatief
Beeldmateriaal meegestuurd	x			
Lezer direct aangesproken De lezer = u, de gemeente = wij	x			
Quotes gebruikt?	x			
Beperkte hoeveelheid tekst		X		
Korte aansprekende kopjes		x		
Actieve schrijfstijl	X	.		
Gebruik van namen	X			
Ambtenarenwoorden gebruikt?		x		
Participatie toegepast en in beeld gebracht	X Consulteren			

Interviews

Interviewvragen

Intro

Hoe lang werkzaam bij de krant?

Wie is de doelgroep van jullie krant?

Naast Soest, welke andere gemeenten?

Redactie

Welke onderwerpen worden als belangrijk ervaren? Waar is de keus op gebaseerd om over een onderwerp te schrijven? Wie maakt die keus?

Hoe wordt de positionering van berichten in de krant bepaald?

Zijn er deadlines? Zo ja, welke deadlines?

Sluit de gemeente, met het versturen van persberichten, aan op deze deadlines?

Persberichten

Wat vinden jullie van het aantal persberichten dat verstuurd wordt? (per week)

Hoe beoordelen jullie de kwaliteit van de persberichten?

- Zijn de persberichten duidelijk?
- Hebben ze volgens jullie nieuws waarde?
- Wat vinden jullie van de schrijfstijl?
- Wat zijn onderwerpen die jullie belangrijk vinden?

Kunnen jullie voldoende informatie uit de berichten halen?

Hoe beoordelen jullie de lengte van de persberichten?

Gebruiken jullie deze als basis of als achtergrondinformatie?

Maakt het uit of hier citaten in gebruikt worden?

Zijn er onderwerpen die jullie vaker terug zouden willen zien of die jullie extra aanspreken?

Zijn er dingen waar jullie 'allergisch' voor zijn?

Sluit de gemeente met het persbericht aan op de onderwerpen die journalisten belangrijk vinden?

Hoe staan jullie er tegenover dat de gemeente foto's verstuurt bij de persberichten?

Wat vinden jullie in het algemeen van de wijze van versturen? Zou je dit anders willen? (bijvoorbeeld, een link, in papier, alleen email)

Persgesprek

Wat is jullie mening over het persgesprek?

Persvraag

Wat vinden jullie van de perstelefoon en de wijze waarop vragen beantwoord worden?

Andere gemeenten

Als je de gemeente Soest vergelijkt met andere gemeenten in de regio, zijn er dan opvallende verschillen ten aanzien van:

- De persberichten (hoeveelheid, onderwerpen, schrijfstijl)
- Het contact bij persvragen

Algemeen

Valt jullie iets op in het algemeen bij de gemeente Soest?

Kunt een positief en een negatief punt benoemen in de communicatie met de gemeente Soest?

Interview Soester Courant

Johan van Beek

22 jaar werkzaam

Hiervoor Amersfoortse Courant en Gooi en Eemlander, bij elkaar ruim 25 jaar contact met gemeente Soest

Doelgroep: iedere inwoner van Soest en Soesterberg

Wie is de lezer: leeftijd 35+, met uitschieter naar oudere mensen

Contact met andere gemeenten? Nee, buiten bebouwde kom is echt de grens. Alleen als iets heel erg invloed heeft op Soest of Soesterberg. Wij zijn echt lokaal.

We krijgen wel persberichten van Amersfoort, maar daar doen we niks mee.

Bij grote projecten bijvoorbeeld zoals een rondweg bij Amersfoort, dat heeft invloed op Soest dus dan moeten we er iets mee.

Positief in contact: altijd bereikbaar. We kunnen alles vragen, ook als iets overbodig of 'stom' is. het springt eruit dat jullie altijd bereikbaar zijn.

Er wordt altijd geprobeerd om de journalist goed te helpen.

Snelheid van antwoorden: duurt altijd langer dan wij willen, als we de vraag stellen willen we het antwoord al. Maar over het algemeen gebeurt dit snel, hier hebben we geen klachten over.

Ik kan niet van buitenaf naar binnen kijken wat er bij komt kijken om informatie te verzamelen. Ik kan ook niet verwachten dat mensen uit een vergadering worden gehaald om ons terug te bellen, terwijl we misschien de informatie ook ergens anders vandaan hadden kunnen halen.

De ene ambtenaar praat makkelijker dan de ander. Sommigen zijn wat schuchter, dit neem ik ze niet kwalijk. Sommige mensen hebben vaak contact met ons, en vertellen dan ook wel eens achtergrond informatie. Hier doen we dan niks mee, dat weten we van elkaar.

Persgesprek: de selectie van onderwerpen, het gaat meestal nergens over.

Bijvoorbeeld als er onderwerpen in de raad spelen, dan zit er in de documenten voor het persgesprek een brief die 6 weken eerder is verstuurd. Die hebben we dan niet 'op tijd' ontvangen. Het persgesprek heeft weinig zin. Dat ligt aan de voorselectie van onderwerpen.

Op zich kan een persgesprek heel veel zin hebben, maar geef dan alle onderwerpen. En laat ons kiezen uit die onderwerpen.

Vaak komen er ook wel belangrijke onderwerpen aan de orde. Dan is het wel fijn dat de wethouder uitleg erbij geeft. Je kan ook altijd vragen stellen die niet op de agenda staan.

College is wel open, maar zegt alleen wat ze kwijt willen. Als ze maar eerlijk zijn, en dat is wel heb ik het idee. Door de manier van omgang tijdens het persgesprek, helpt het in het contact later ook.

Als wij zaken uit een adviesnota zouden overnemen, zonder bij het persgesprek te zijn geweest, dan krijgen we reacties van betrokkenen uit de samenleving dat het niet helemaal klopt. Of dat het niet volledig is. In een adviesnota staat ook niet alle achtergrond, hierdoor missen we soms het verband misschien. Het is altijd wel fijn om uitleg erbij te krijgen. Als een wethouder gaat uitleggen dan ga je het vaak pas snappen, er zit meer achter dan alleen die adviesnota. Als journalist kunnen we ook onmogelijk alles volgen. Als wij het zelf al niet snappen, kunnen we het ook niet begrijpelijk maken voor de lezers.

Samengevat: voorselectie van onderwerpen waardeloos, als er stukken zijn die worden toegelicht is dat erg prettig en dan ook waardevol. Verder is het ook gewoon gezellig en goed voor het contact.

Perslunch: al 2 keer evaluatie geweest, heel veel punten aangekaart waar nooit iets mee gedaan is. Na 6 maanden kregen we een half a4tje tekst dat alles goed ging. Dat is wel slecht.

3 jaar geleden hebben we nog een evaluatie gehad. Daar is nogmaals aangekaart dat er niet vooraf geselecteerd moet worden, maar geef alle onderwerpen. Hier is nooit wat mee gedaan. Dan wordt er gezegd 'We moeten eerst de betrokkenen inlichten', dat begrijpen wij ook wel. Daarom is het persgesprek ook verschoven van woensdag naar donderdag. In de praktijk wordt er niks mee gedaan. Tijdens de lunch had ik het idee dat het meer om de vorm ging. Dit was ook met het andere college, zij konden niet tegen kritiek. Alles stond vooraf al vast denk ik.

Onderwerpen tijdens persgesprek:

Actueel: als journalist ga ik al bepalen, onbewust of onbedoeld, wat interessant is voor de lezer.

Sommige dingen die ik totaal niet interessant vind, kunnen voor andere wel heel interessant zijn. wij hebben liever iets wat iedereen aanspreekt. Zoals Nieuwerhoekplein of Van Weestraat, dat spreekt iedereen aan omdat iedereen daar komt. Onze drempel is niet zo hoog, lokale weekkrant.

Daarnaast is er nog een kwestie van tijd. Wat kan er nog mee, en wat niet meer.

Er komt soms ook informatie mee over interne procedures. Dit is voor een inwoner niet interessant, wat levert het de inwoner op, wat gaat er gebeuren, komen ze bij mij in de straat, daar gaat het om. Het is aan ons om dat te filteren.

Redactie: de redactie bepaalt welke onderwerpen er terug komen. Dat ben ik met Martine. We hebben twee freelancers, 1 voor Soesterberg, en 1 voor de wedstrijdverslaggeving.

1,5 jaar terug is het beleid vast gesteld voor de SC. Sindsdien volgen we dat.

Onderwerpen en positie in de krant. De lengte wordt bepaald tijdens het schrijven. We hebben een programma waarin we de krant direct opmaken tijdens het typen. Voor de redactie kost dit wel meer tijd. Eerder maakten anderen het op. Nu moeten wij naast de teksten ook de indeling bepalen, en de opmaak compleet maken. Dit zijn extra handelingen.

Deadlines: alle activiteiten die vooraf bekend zijn, moet 8 dagen voor publicatie binnen zijn.

We screenen alles en corrigeren ook. We willen geen gekleurde berichten in de krant.

Dat gebeurde in het verleden op een deel van de redactie. Dan krijg je halve waarheden. De lezer denkt dat de Soester Courant de afzender is, daarom moet de journalist de berichten nakijken.

De gemeente heeft ook belangen, dus die berichten passen we ook aan. Als je iets hebt, lever het aan. Als er iets echt heel belangrijks binnenkomt dinsdagochtend, dan kunnen we dat zelf nog aanpassen.

Persbericht: ik weet dat het lang duurt voor een bericht de deur uit kan. Maar geef het snel, we veranderen het toch. Combinatiefunctionaris en projecten, dat hoeft toch niet langs een wethouder. Er wordt een hele lange weg afgelegd voor een bericht de deur uit gaat. Achteraf hoor je soms, dit was al heel lang bekend. Ik snap dit wel, maar aan de andere kant moet je ook niet te moeilijk doen. Je kan ook concepten geven.

Inhoud: altijd nuttig en actueel. Wij weten niks, alleen wat ons aangereikt wordt. We kunnen ook altijd bellen voor aanvullingen. Sommigen kunnen we ook direct benaderen. Wij kunnen niet verlangen dat de gemeente kant en klare artikelen leveren. Je kan niet iedereen tevreden stellen en het is aan de kranten om het vorm te geven. Vaak aanvulling vragen? Nee

Berichten zijn duidelijk. Het gemeente persbericht begint niet altijd met het nieuws. 'Na overleg en voorbereiding is besloten om de straat 3 maanden af te sluiten.' Terwijl het nieuws is: de straat gaat 3 maanden dicht. Het nieuws staat wel ver in het persbericht. Dat is een andere manier van werken en benaderen, dat is dan aan ons om er een eigen draai aan te geven. Het gaat erom dat de informatie er staat.

De gemeente wil dingen kwijt, dat is niet per definitie hard nieuws. Zodra het betrekking heeft op inwoners van Soest, dan heeft het nieuwswaarde.

Hoeveelheid berichten: prima

Alles wat in Soest gebeurt daar is publiek voor. Wij weten ook niet hoe de mensen de krant lezen, dat verschilt per lezer.

Foto meesturen: verlang ik niet van de gemeente. Beter teveel dan niks. Of we het plaatsen staat nooit vast. Het is geen last als de gemeente dit doet.

Citaten: heel verschillend. Soms gebruiken we dat, vaak een cliché antwoord. Wethouders leggen de nadruk erop wat zij voor de burger doet en dat ze naar hun luisteren. Bij het persgesprek kun je direct doorvragen, en in gesprek gaan. Dit zijn nuttige citaten. Heel wisselend, afhankelijk van onderwerp en wat er wordt gezegd. Als het echt gegevens zijn dan is het nuttig.

Allergisch: ligt aan jezelf. Ik kan doorvragen als er iets is.

Onderwerpen, sluit dit aan bij de inwoner? Altijd is iets belangrijk, er is altijd een groep voor. Soms een overkill aan onderwerpen, en van andere onderwerpen mogen wel meer berichten komen.

Verkeer spreekt altijd aan. De gemeente vertelt alleen wat zij zelf willen vertellen, de manier waarop iets wordt verteld sluit niet echt aan. De inwoner ervaart dingen anders dan de gemeente.

Valt er iets op in het contact met de gemeente: er zit geen man bij communicatie.

Interview Gooi- en Eemlander

Hans van Keken
Werkzaam bij de G&E vanaf 1991

Doelgroep: meest brede doelgroep, iedereen in verspreidingsgebied. Soest, Baarn en Bunsschoten.

Redactie

Onderwerpen belangrijk:

Alles wat speelt. We proberen te focussen op wat mensen interesseert, die er toe doen. De menselijke kant, niet vanuit instituties. Wat speelt er in de gemeenschap en wat willen mensen lezen, waar willen de mensen zelf invloed op hebben.

Eindredactie doen we met elkaar in overleg, geen eindredacteur.

Niemand zegt vanuit een belang wat er in de krant moet komen en dat is het mooie van persvrijheid.

We mogen zelf bepalen waar we over schrijven. We hebben ook een maatschappelijke rol, je mag hopen en verwachten dat de journalistiek en de redactie een rol speelt in de samenleving. Dat dit dus ook een spiegel is van wat er speelt in de samenleving. Maar ook een rol kan spelen door onderwerpen op de agenda te zetten.

Sluit de gemeente Soest met de persberichten die zij uitsturen hier ook op aan?

Persberichten zijn heel vaak van vanuit de gemeente gedacht, waar zijn wij mee bezig en wat vinden wij belangrijk. Je moet niet verwachten dat de krant zit te wachten op een persbericht en dat daar dan de krant mee gevuld wordt. De redactie probeert een eigen dynamiek te krijgen in de regio waar we verschijnen en dat is niet afhankelijk van persberichten. Ze spelen hier wel een rol in maar persberichten zijn natuurlijk altijd heel erg gestuurd door een zender en persberichten willen niet communiceren maar ze willen informeren. Persberichten van de gemeente zijn voor ons niet nieuws altijd. We weten het soms al, soms zijn ze te laat.

Hoe weten jullie dit al? Dit kan of uit de samenleving komen, of het is al aan bod geweest in het persgesprek. Of we weten dat ze ergens mee bezig zijn. Heel vaak zijn persberichten voor ons dubbel. Als we er al een bericht over hebben geschreven en er komt dan nog een persbericht, dan voegt zo'n bericht ook niet echt iets toe. Dit kan er ook mee te maken hebben dat de informatie hier vanuit het persgesprek al duidelijk is, en dat we alle informatie dus al hebben gekregen.

De positionering van de berichten in de krant doen de journalisten ook zelf. We hebben met elkaar een bepaalde modus, dat is iets wat geschikt is voor de voorpagina. De regiokatern ook, als er iets geschikt is voor de opening bepalen we dat zelf samen. Soms worden artikelen ook aandachtig gelezen terwijl dit snel in elkaar gezet is en een stuk waar veel moeite in zit, daar gaat veel minder aandacht naar uit.

Wanneer moet de berichtgeving vanuit de gemeente aangeleverd worden. Wij als dagblad willen graag snel berichten hebben. Het valt ons op dat het soms wel lang duurt voordat de gemeente antwoord geeft. De gemeente weet dat we morgen uitkomen, dus soms is het wel vervelend als je dan geen antwoord krijgt. De laatste weken valt dit mee, maar er is een tijd geweest dat het wel lang duurde.

Persberichten

Aantal: prima

Kwaliteit: duidelijk, goede schrijfstijl, informatie is voldoende, lengte ook prima

Basis? Vaak weten we de informatie al wel, het is dus geen basis voor berichten in de krant.

Citaat: kan soms toegevoegde waarde hebben. Voor ons voegt dit niet veel toe, voor de gemeente misschien wel, maar voor ons niet.

Valt op dat in dit interview veel vanuit persberichten wordt gedacht, de journalist geeft aan dat er bij de krant niet veel waarde aan wordt gehecht wat er in persberichten staat.

Algemeen: onderwerpen waar gemeente over communiceert. Zijn er specifieke onderwerpen die aanspreken? Nee zijn geen specifieke onderwerpen.

Bij ingewikkelde zaken zoals rond Amfors, daar is veel tijd voor nodig. Lastig om in te schatten hoeveel mensen het interesseert. Verhalen over financiën en achtergronden, zegt niet mensen altijd wat. Bij Amfors is het bijvoorbeeld voor de werknemers wel interessant. Dus wat speelt er, los van de financiën bij Amfors. Wat leeft er onder de mensen. Wanneer je een woordvoerder spreekt, dan worden zaken natuurlijk op een bepaalde wijze verwoord. Iedereen legt de accenten anders vanuit zijn eigen belang.

Persberichten – foto's: dit hebben we gezien. Wel leuk, een mooie aanvulling op het bericht. We hebben de vrijheid dat we foto's mogen plaatsen. Dus als er een foto is, dan wordt er ook meer ruimte voor vrijgemaakt.

Manier van versturen: het maakt ons niet veel uit hoe dit verstuurd wordt. Een link zou ook kunnen.

Vervelend bij de gemeente: krampachtig wordt gedaan bij het spreken van ambtenaren. Dit is een soort sceptische houding richting de media. Soms krijg je dan een wethouder, terwijl de ambtenaar er veel meer van weet. Het nummer van de ambtenaar hebben we gewoon, maar dit mogen we dan niet bellen. Het moet volgens de officiële weg. Dit is voor mij onbegrijpelijk, omdat het ook vaak gebeurd bij niet politiek gevoelige onderwerpen.

De perstelefoon is wel positief. Deze wordt wel goed opgenomen of je wordt snel terug gebeld. Persgesprek: heel erg nuttig. Heel fijn dat jullie dit organiseren. Baarn heeft dit bijvoorbeeld niet. Het zou voor ons fijn zijn als andere instanties dit ook doen. Bijvoorbeeld Staatsbosbeheer, er zijn waarschijnlijk zat onderwerpen waar zij over kunnen communiceren. Het laat zien dat je nadenkt over de communicatiestrategie. Dit maakt er deel van uit. Op die manier kan je kijken, wat speelt er op het gemeentehuis en je kan direct je vragen stellen. Altijd gezellig, en we zijn erg open tegen elkaar. Er is geen vervelende sfeer, dit vind ik alleen maar te prijzen. De onderwerpen die hier aan bod komen zijn wel nieuw voor ons. Dit zijn punten die in het college besproken zijn elke week, dus dan krijgen wij deze een week later. Dit persgesprek sluit dus wel aan, als het gaat om nieuws waarde. De welwillendheid is wel groot, maar de constructie is soms wat omslachtig. Het lijkt soms of de mensen van voorlichting aan het werk gehouden moeten worden. Dit distantieer ik nu, maar ik snap niet dat een ambtenaar soms niet mag antwoorden. Bij de van Weestraat bijvoorbeeld kunnen we Reinier Kalt altijd bellen, dit is dan niet politiek gevoelig.

Dit is jammer, maar er blijft altijd wel wat te wensen over. Als je dit vergelijkt met andere gemeenten. Jullie hebben contact met Baarn en Bunschoten. In Baarn kan je de ambtenaar zelf bellen, vooral als het een niet politiek gevoelig onderwerp is. En als het wel zo is dan zeg ik dat zelf ook tegen de ambtenaar, dat hij dit beter niet kan zeggen of dat ik dat maar niet in de krant zet. Als het om politieke zaken gaat, dan weten wij dat we bij de wethouder moeten zijn. We bellen daar soms wel de voorlichter, maar dan worden we door verbonden. Ze kennen ons ook.

De gemeente soest heeft meer persberichten dan de gemeente Baarn. Amersfoort heeft er meer, maar dat is een grotere gemeente met wel 20 mensen op de communicatie afdeling. Opvallende verschillen in contact met gemeenten? Baarn is heel anders dan Soest. Zij hebben een heel andere cultuur op het gemeentehuis. Dat heeft ook te maken met de rol van de gemeentesecretaris daar. Soest is wat groter en ook slagvaardiger. Maar soms ook wat overdreven krampachtig zakelijk, terwijl dat niet nodig is.

Wat is heel positief in het contact met de gemeente? Het persgesprek. Los daarvan kunnen we ook nog zaken bespreken. De wethouder kunnen we ook wel bellen en ze bellen ook snel terug. De wethouders zijn over het algemeen erg open, maar ik heb het idee dat die openheid wat afneemt. Over de linie zijn ze erg open. Het college is vooral open. De ambtenaren in Soest worden soms wat kort gehouden. Omdat al het contact echt via communicatie moet, kan dit een ambtenaar tegenhouden. Een ambtenaar weet veel van het onderwerp, en dat mag hij niet vertellen. Bij communicatie moet je de vragen stellen, maar ik weet niet altijd specifieke vragen. Vaak voer je een gesprek met de ambtenaar en zo kom je aan de informatie. Je doet dit namens de mensen die de krant lezen. Ik ben niet iemand van de vragenlijstjes, van het een kom je op het ander. De reden van het bellen dat weet ik wel.

Zijn er nog zaken die je graag wil weten? Wat vind de gemeente van de media? Maar wat is de gemeente? Hoe denken de mensen in het gemeentehuis over het functioneren van de media. Volgens mij vinden ze dat wat de gooi en eemlander doet wel goed. Als ik gemeente was, dan zou ik heel content zijn met wat de gooi en eemlander doet. Als we over iets schrijven doen we dit vanuit meerdere invalshoeken en meerdere bronnen. We proberen ook redelijk te laten zien wat de gemeente doet voor de mensen, en met mensen.

Krantenberichten analyseren: Sneller een mening geven, dan een andere krant. Vb afvalbakkencontrole. Dit is een onderwerp dat we proberen te schrijven vanuit de samenleving. Als we schrijven 'gemeente gaat afval controleren' is dat in wezen het zelfde. Soms doen wij het op een speelse manier. Dit is dan niet met de bedoeling om partijen aan te vallen of af te vallen, maar het is meer een losse manier van onderwerpen presenteren. Zodat aanspreekt, anders wordt je een heel formeel blaadje.

Wat vind je daar van, vind je het te gekleurd? Dit valt op als je verschillende kranten ziet. De gooi en eemlander kiest dan voor deze invalshoek. De samenleving is wel lastig om te omschrijven, je moet oppassen dat je niet op het populisme uitkomt.

Vind je dat je je mening kan geven? Ja, dit is wel een interessante vraag, maar wij doen het vaak wel. Alleen al dat je over iets schrijft of niet, daarmee geef je al aan dat je er iets van vindt, en ook op welke plek je het in de krant zet. De woordkeus is ook een mening. Wanneer je het neutraal neerzet, dan geef je ook een mening. Dan zeg je dat het klopt zoals het is. Je hebt altijd een keus als journalist, en dat kan betekenen dat we ons niet houden aan de woordkeus die de gemeente heeft voorgelegd. Wij proberen vooral vanuit een gevoel te schrijven.

Interview AD Amersfoortse Courant

Hans Kruiswijk

Hoe lang al contact met de gemeente Soest: 12 jaar

Voorgeschiedenis: 16 jaar schoolleider en docent

Nu free lancer, voor Soest Nu en AD Amersfoort. Ook verteller over Soest

Is op oproepbasis beschikbaar voor het AD Amersfoort.

Samen met Artwin Krekel schrijven over Soest. Soms co-productie en soms alleen.

Doelgroep AD: doorsnede van bevolking.

Nadenken voor wie het bestemd is. Een artikel voor Soest Nu is anders dan AD. Er wordt te vaak te weinig stil gestaan voor wie er geschreven moet worden.

Dit zie je terug in de nota's. Een ambtenaar realiseert zich niet dat een buitenstaander dit ook moet begrijpen. Nu is dat ook onze taak als journalist zijnde, om de vertaalslag te maken.

Als je voor een krant werkt, moet je bedenken wie het gaat lezen. Het lezerspubliek is ook anders, 50-plussers nu.

AD wil zich profileren als dicht op het nieuws, actueel. Maar ook dicht in de buurt, en een regiokatern. En vooral sportkrant, dus ook lokale sport.

Contact met andere gemeenten: nee

Soms wel contact met Amersfoort.

Positief in contact met Soest:

De toegankelijkheid, met name afdeling Communicatie. Ook als het vrijdagmiddag is, wanneer zeer weinig mensen aanwezig zijn. Ze doen hun best om de vragen beantwoord te krijgen.

Mensen in het gemeentehuis zijn heel prettig. Waarschijnlijk ook omdat ik Soester ben, mensen kennen mij. Ik ben ook vaak in het gemeente-archief.

Het is een verademing dat het college zo toegankelijk is. Niemand is er ook op uit om een strijd aan te gaan, van alle journalisten denk ik. We schrijven wel ook over minder leuke zaken, maar hier zit niks vervelends achter.

Voor mij is het makkelijk dat ik heel veel mensen ken.

Een minpunt: eerder hadden we een gids met interne telefoonnummers, dit is voor ons erg prettig.

Hele korte lijnen. Na reorganisaties is dit afgeschaft, ook uit angst dat ambtenaren iets zeggen wat een wethouder liever niet in de krant heeft. Dit is wel een achteruitgang.

Er komen ook steeds meer mensen van buiten Soest bij de gemeente in deeltijd werken. Dit was eerder ook niet. Mensen kwamen uit Soest, dat maakt een andere sfeer. Nu moet ik dingen uitleggen, soms zelfs aan een wethouder.

Persberichten:

Sluit de gemeente aan bij de inwoner?

Wij moeten nog een vertaalslag maken. Niet altijd. Maar vaak is het een formulering die erg formeel is. Dit heeft natuurlijk een reden. Maar de tendens in de kranten is nu dat het verhalender mag.

Voorbeeld: 'ondernemer keek vreemd op toen', in plaats van: 'de overheid heeft geconstateerd dat op het bedrijventerrein van...'

Kan de gemeente hier nog een vertaalslag in maken, of is dit een taak van de journalist?

Dat is onze taak als journalist maar er kan best verbetering komen. Bijvoorbeeld met het gebruik van termen. Nu bij het Nieuwehoekplein, een ovonde. Dat zegt niemand iets. Zeg dan een ovale rotonde, dat is helder voor de lezer.

Aantal persberichten: prima

Duidelijk: niet altijd, dan kan je bellen. Alleen hier komt dan soms ook naar voren dat een ambtenaar zich niet realiseert wat een administratieve wijziging losmaakt bij een inwoner. Voorbeeld strooiveld. Verplaats je in de inwoner. De stap naar praktijk die ontbreekt.

Onderwerpen: zijn actueel genoeg

Er gebeuren ook dingen die voor inwoners niet kunnen begrijpen. Bijvoorbeeld strepen op de weg aanbrengen, terwijl de weg binnenkort wordt aangepakt. Een cultuurverschil.

Basis voor berichten: soms wel aanleiding, maar niet zozeer de basis. Naar aanleiding van een bericht, ga ik mensen opzoeken. Ga praten met mensen, wat vind men ervan. Dan wordt het een verhaal waarbij je dicht bij een inwoner komt.

Citaten: uitspraak van een wethouder, dan is het wel een quote. Er is wel een verschil tussen het vorige college en nu, met de vrouwen nu is het veel prettiger.

Foto's: Ik hoor hier nooit wat van. Bij het AD sturen we zelf een fotograaf. De krant wil vanuit z'n eigen creativiteit laten zien. Maar je kan niet overal zijn, dus als er beeldmateriaal is, dan is dit wel fijn. Een dienstverlening van de gemeente. Soms vraag ik het wel, als ik niet aanwezig kan zijn.

Bij Soest Nu maakte ik zelf de foto's.

Manier van versturen: is prima. Als anderen persberichten eerder krijgen, dan gaat de vertaalslag eruit. Mensen geven dan een eigen invulling eraan.

Persgesprek:

Serius maar ook zeker humor en open. Het zijn ook mensen en niet alleen functionarissen.

Je kan alles ter sprake brengen. Soms ook zaken onder embargo.

Zaken anders? We hebben het ooit geëvalueerd. Er zijn hier afspraken gemaakt waar nooit iets van terecht is gekomen. Voorbeeld: een half uur vooraf de stukken al beschikbaar. Dit is niet zo. Prettig als de stukken er eerder zijn. Maar je moet geen regels maken die vervolgens gehandhaafd moeten worden, waar niemand blij van wordt. Zoiets kan versloffen en het gaat zo ook goed. Als het niet helder is dan kan het uitgezocht worden door communicatie.

Perstelefoon:

Snel genoeg? Ja snel genoeg antwoord. Cijfer 7/8. Ik merk echt dat men probeert om iets uit te zoeken. De vrijdagmiddag situatie is wel heel vervelend, vooral als je voor een dagblad schrijft. Wij willen hoor en wederhoor, maar dit kan dan niet altijd. Tevreden over de medewerking.

Contact met gemeente:

Allergie? Praktische zaken. Je mag niet zomaar doorlopen, terwijl mensen me al heel lang kennen. Ook als ik in het archief wil komen. Niet altijd even consequent.

Ambtelijk: een visie gestart, veel geld en energie. Maar met wisseling burgemeester is het vervaagd. Niemand weet er meer van. Als je een besluit neemt, dan begint het pas. Controleren en handhaven, dit gebeurt niet altijd. Misschien berstuurs-eigen.

Contact met andere gemeenten:

De hoeveelheid medewerkers. In Amersfoort heel veel mensen. Daar gaat het ook formeler. Hier is het ons-kent-ons. Dit komt waarschijnlijk ook doordat ik minder contact met ze heb. Iedere wethouder heeft een eigen communicatiemedewerker. Dit werkt wel, maar het duurt langer voor er een antwoord is.

Het is ook persoonlijker, als het niet gaat lukken, dan wordt dit meegedeeld door Soest. Dit is attent. Hier in Soest hebben ze door dat ik onder tijdsdruk sta.

Deadlines bij AD:

Afspraken per artikel. In overleg met de redacteur. De redacteur van dienst is verantwoordelijk voor de regio bijlage. Er is flexibiliteit om artikelen te verplaatsen. Maar als de opmaak al is afgestemd dan moet het wel waargemaakt worden. Dit vind ik zelf ook belangrijk.

Redactie: chef redactie. Eindverantwoordelijke. Nu is Artwin redacteur. Maar Piet van Dijk komt waarschijnlijk weer terug. Dan stemmen we samen af, want ik doe alleen soest en hij is voor alle plaatsen. Ik ben lokale informatiebron voor de redactie. De redactie bepaalt welke onderwerpen terug komen. Maar altijd in overleg, ik kan ook onderwerpen aandragen.

Positionering: bepaalt redactie, ook in overleg. Dit gaat bij ons op volume, bepaalt aantal woorden. In overleg wordt ook bepaalt of er een foto bij kan. De schrijfstijl, moet verhalend en met quotes. Het moet dichtbij de lezer komen.

Ook in de brieven die uitgaan, daar kan een verbetering in gemaakt worden. Alle uitgaande post zou eigenlijk gecontroleerd moeten worden.

Algemeen: heel prettig, om met vaste mensen te maken te hebben over een langere periode. Het helpt als de lijntjes kort zijn. De communicatie club is ook groter geworden, dit maakt het soms ingewikkelder, maar nooit onoverkomelijk. Ik ben heel positief over ze.

Interview RTV Utrecht

Ed Kamans – redacteur

22 jaar werkzaam bij RTV Utrecht

Ook al 22 jaar contact met de gemeente Soest en de overige gemeenten in regio Utrecht.

Positief in contact

Regelmatig persberichten versturen

Altijd goed. We blijven zo op de hoogte, ook al doen we er niet altijd iets mee. Er zijn berichten die elke gemeente stuurt. Soms is het te klein of we hebben eenzelfde bericht van een andere gemeenten gehad.

Inhoud: altijd genoeg informatie, lengte ook goed. We hoeven niet vaak te bellen voor extra informatie. Als we er meer mee gaan doen, dan bellen we altijd. Het persbericht dient dan als achtergrond. Bij een item willen we sprekers hebben, dan moeten we ter plaatse zijn. Verschil radio, tv en website: ligt aan overig aanbod op de dag zelf. We hebben een ochtendprogramma, bijvoorbeeld bij opening. Als alles binnen is gaan we wegen, en kijken we naar de spreiding. Alle gemeenten willen we evenredig aandacht geven. Als er iets is in Utrecht dat leuk is, maar Soest is ook wel interessant en daar zijn we een tijdje niet geweest dan kiezen we voor Soest. We proberen de hele regio in beeld te brengen.

Nieuwswaarde: ja, meer of mindere mate. Ligt ook aan de andere gemeenten of aan onze uitzending.

Onderwerpen: zijn relevant, maar ligt ook weer aan andere gemeenten. Alles wat mensen bezig houdt is belangrijk voor inwoners. Zoals verkeer, onderwerpen die mensen raken.

Vb: persbericht over rekenkamer is niet voor ons.

Onderwerpen die vaker terug kunnen komen? Het merendeel van de onderwerpen zit er wel in, omdat er veel persberichten verstuurd worden.

Stel 25 gemeenten, Soest staat op de 11^e/12^e plaats. Zij zijn ook een gemiddelde gemeente dus dit past hier wel bij.

Een voorbeeld van waar meerdere gemeenten mee komen is de invoering van het centrum voor jeugd en gezin. Elke gemeenten is verplicht dat te doen. Maar de een heeft deze in maart en de ander in september.

Schrijfstijl gemeente: we passen berichten aan, we halen veel weg. Schrijfstijl moet veranderd worden, een gemeente moet alles afdekken en wij kunnen daar wat vrijer mee omgaan. Wij maken daar ook een populaire slag in. Er zal hier altijd een spanningsveld in blijven zitten. Zoals de gemeente het beschrijft is het niet te volgen en volgens een gemeente klopt ons verhaal niet.

Citaten: liever niet gebruiken. Voor schrijvende pers is dit wel relevant, voor ons minder. Soms kunnen we het voor de website gebruiken. Hoeft niet voor ons, geen speciale voorkeur. De citaten kennen we wel, maar het stoort zeker niet en soms komen ze wel van pas.

Foto's meesturen: dat is fantastisch! Dan heb je veel vaker de kans dat er aandacht aan wordt gegeven bij ons op de site. Vaak zijn het foto's met de wethouders, daar zijn wij minder blij mee. Wij zien liever de mensen zelf. Dit kan niet altijd, maar stuur naast foto's van de wethouders ook foto's van de straat zelf mee. Dat hebben wij dan liever. Bij voorkeur meerdere foto's meesturen.

Contact met de gemeente: minder goed

Contact met wethouders en burgemeesters, wij vragen niet zonder reden om een wethouder en burgemeester te spreken. Zij hoeven niet op afroep beschikbaar te zijn, maar we krijgen vaak te horen ze zijn er niet of willen u niet te woord staan. Dat is niet handig, en worden wij niet blij van. Soms zullen ze ook echt niet kunnen, maar als wethouder of burgemeester moet je het publiek willen dienen. Wij vinden dat zij de plicht hebben om de inwoner dan te informeren en dus om mee te werken. Dit mis ik wel eens. Dit gebeurt niet heel vaak. Bij actuele zaken die voor inwoners belangrijk zijn, dan de wethouder of burgemeester mee laten werken.

Mensen die contact hebben:

Mensen van planning, de correspondent of soms de redacteur. Dit is bij ons soms ook onhandig. Als een item meerdere dagen speelt, kan het gebeuren dat een vraag twee keer gesteld wordt. Dat is een valkuil van ons, maar dit gebeurt soms.

Persgesprek:

RTV Utrecht is er nooit. We hebben de menskracht er niet voor. We willen graag bij ieder persgesprek zijn. We hebben een medewerker in Woerden wonen en die kan wel naar het persgesprek. Hier krijgen wij erg veel informatie van. Dat scheelt ook in de berichtgeving over Woerden. Omdat wij eerder worden getipt, komt er ook sneller berichtgeving.

Helaas hebben we dit niet in Soest, het geldt voor meerdere gemeenten, maar ook voor Soest. Een persgesprek is wel heel waardevol, je hoort wat meer en dit kan je ook later nog gebruiken. Perstukken worden verstuurd. Dit zijn uitgebreide stukken en dit is erg fijn. Hier haal ik wel eens stukken uit, werkt wel prettig.

Perstelefoon:

Hoe is het contact: wel goed. We hebben wel eens een medewerker die een vraag van ons ongepast vond, maar dit is één keer gebeurd. We bellen niet vaak, en heel soms bellen we twee keer. We kunnen ons ook voorstellen dat als wij bellen voor 'oud' nieuws van twee dagen geleden dat dit wordt meegedeeld. Maar een perstelefoon heb je niet voor niks en zo vaak bellen wij niet.

Moeten jullie vaak bellen? Top 10 waar we veel van weten en waar we veel in zitten, dan zit Soest daar niet bij. Stichtse Vecht, want daar woon ik. De stad Utrecht, Nieuwegein en Houten, Bunnik, Veenendaal en Rhenen door Koninginnedag. We hebben wel een afstand tot gemeenten, dit vinden wij zelf ook zorgelijk. Waarom bij de ene gemeente meer dan een andere: Veel van onze medewerkers wonen in de stad, dus dat is dan toevallig. Dat groeit zo, is geen bewuste keus maar een praktische keuze.

Verschil tussen Soest en andere gemeenten:

Middenmoot. Snelheid van antwoorden dat is wel goed, hier zijn ze gemiddeld in.

Redactionele keus:

Wie bepaalt er waar aandacht voor komt. Dit bepaalt de eindredacteur van dienst. We hebben wel een vaste ploeg op de planning zitten. Zo wordt gekeken hoe het ene bericht opweegt tegen het andere. Keus tv/radio/website. Dit wordt op dezelfde plek overlegd. Stel er komt iets leuks over Soest en net alles is ingepland, dan is het jammer. Soms zijn het heel praktische keuzes.

Deadlines: wij zijn 24 per dag actief. Een echte deadline hebben we niet door de radio en tv uitzendingen. Als er een groter item is, en het is voor een item van dezelfde dag, dan moet dit om 16.00 klaar zijn. Stel dat er om 17.00 is gebeurd, dan kan de avondploeg erheen om voor de volgende dag te werken. De gemeente kan de hele dag/week berichten sturen.

Tips voor de gemeente:

Opmaak van een mail:

Titel

Samenvatting (10 regels) kern van het verhaal

Bijlage

Adresinformatie

De berichten komen bij rtv utrecht op een 'rare' manier binnen. Het hele visitekaartje zit in de bijlagen, zoals gemeentewapen, en het visitekaartje is onleesbaar.

Op die manier kan je snel bepalen of het een interessant onderwerp is. Je moet ook een mail sturen met maar 1 persbericht! Bijvoorbeeld 4 dingen, breng ze op verschillende dagen. De spreiding geeft meer kans op plaatsing.

Graag zou ik een actieve rol van de griffie willen. De griffie kan informatie over de raad sturen aan de pers. Bijvoorbeeld een lijst als herinnering met de agendapunten. De griffie is belangrijk, andere gemeenten doen dit al meer. Voor nieuws vanuit de gemeente is dit handig. Dit is wel lastig omdat dit een keuze de gemeenteraad moet zijn.

De Stichtse Vecht doet dit nu, Amersfoort doet dit ook al. Na afloop van de raad een samenvatting sturen wat er is besproken. Dit kan voor ons later van belang zijn, als zaken dan actueel worden. De raadsvergaderingen zijn voor ons saai om bij te zijn. Als we bellen, willen we graag de griffie spreken zodat hij ons een samenvatting kan geven.

Op de avond zelf willen we graag ook een woordvoerder kunnen bereiken. De griffie kan hier ook in voorzien. Communicatie is officieel van de wethouder, en niet van de gemeenteraad. De griffie is wel van de raad. Dit maakt dat de griffie losstaat van communicatie.

Wij hebben geen kwaads in de zin, wij willen de inwoner informeren en hebben hier een spreker voor nodig. Ook na een persbericht nog informatie geven. Graag willen wij dezelfde informatie op band hebben.

Schriftelijke vragen Soest Nu

Verena Koperdraat

1. Wat vind je van de persberichten die de gemeente stuurt? (de lengte, inhoud, nieuwsaarde, vaak aanvulling nodig?, moment van uitsturen)

Goed, informatief

2. Gebruikt Soest Nu persberichten vooral als basis of als achtergrond?

Meestal als basis en soms als achtergrond, maar we hopen altijd op reacties uit de raad en van inwoners van Soest

3. Is het een meerwaarde als er citaten worden gebruikt in persberichten?

Ja

4. Is het een aanvulling als er foto's mee gestuurd worden met persberichten?

Ja

5. Bij de redactie, welke onderwerpen zijn belangrijk voor Soest Nu en komen deze ook terug in de persberichten van de gemeente Soest?

Veelomvattende plannen (denk aan vliegbasis en station), maar vooral dingen waar onze lezers direct mee te maken hebben (afval, begraven, subsidie).

Volgens mij wel, zeker de plannen.

6. Bij het bellen met de gemeente via de perstelefoon, wat vind je van de snelheid van antwoorden?

Prima

7. Je gaf in een vorige mail aan dat het persgesprek veel tijd kost. Heb je een idee hoe de informatie vanuit het persgesprek op een andere manier aangeboden zou kunnen worden?

Hier is geen oplossing voor. Ik vind het zelf nuttig en geen probleem om geregeld een uurtje bij te praten, maar mijn werk laat dat steeds minder toe. Ook het rustig lezen van een rapport schiet er al jaren bij in. Ik maak voortdurend keuzes. Dat komt ook door de nieuwe (media)wereld er komt steeds meer belangrijk en informatief materiaal binnen, we zijn eigenlijk bezig nieuws en informatie te beoordelen en te kanaliseren in plaats van als redacteur zelf verhalen te maken. Gelukkig hebben we nog correspondenten die dat wel doen.

6. Zijn er dingen die je opvallen in het contact met de gemeente Soest? Dit kan positief en negatief zijn.

Ik vind het een prettig, zeer informatief contact met een informele sfeer. Dat informele kan overigens ook een valkuil zijn en soms tot te weinig zakelijkheid en precisie leiden. En: niet iedereen behoort tot de 'incrowd' die aan een half woord genoeg heeft.

Algemeen:

Ik doe Soest Nu net iets meer dan een half jaar. De bezetting van Soest Nu is beperkt. Mijn taken als eindredacteur bestaan vooral uit redigeren en samenstellen.

De contacten met de gemeente zijn wat mij betreft prima, zowel telefonisch als schriftelijk. Het persgesprek biedt wekelijks wat extra informatie en dat is prettig en nuttig.

Al met al blijft een voorlichter altijd vooral pr voor de gemeente leveren. Een voorbeeldje: de bouw in Soesterberg op het Dorpsplein is officieel begonnen. Niet iedereen is blij, ook al zou de gemeente dat wel willen. Ik denk dat er bij vrolijke opening ook ruimte moet zijn voor een tegengeluid. Maar dat zul je van de gemeentelijke voorlichter niet horen, al zou het een completer beeld opleveren.

Het persgesprek kost wel veel tijd (enkele uren) die ik niet anders kan gebruiken. Ik weet dan ook niet of ik altijd zal kunnen komen.

Checklist Bureau Communicatie

Persberichten



Als gemeente versturen wij veel persberichten naar de media. Om het maken en verzenden van persberichten te vergemakkelijken, geven we je in deze Checklist Persberichten nuttige tips voor het opstellen en schrijven van een bericht. Ook vertellen we je in deze checklist graag wat de afspraken zijn en wat onze werkwijze is.

I POSITIEVE PUBLICITEIT MET EEN GOED PERSBERICHT!

Voor journalisten is een persbericht een prettig hulpmiddel bij het maken van hun nieuwsberichten. Ook kan een aantrekkelijk persbericht belangstelling opwekken voor een uitgebreid (achtergrond-) artikel over een specifiek onderwerp. Een persbericht valt echter in de categorie 'vrije publiciteit'. Dit betekent dat de journalist bepaalt of en in welke vorm hij het persbericht opneemt in de krant. Hoe beter ons bericht, hoe groter de kans dat we positieve publiciteit genereren voor onze gemeente.

II TIPS VOOR DE BEOORDELING VAN DE NIEUWSWAARDE

Cruciaal in ons persbericht is de **nieuws waarde**. Probeer je te verplaatsen in de rol van de journalist om te bedenken welk nieuws hij interessant vindt voor zijn lezers. Of check je bericht op de volgende nieuws waarde criteria:

- ◆ Iets gebeurt voor het eerst.
- ◆ Iets is uniek (voor Waalwijk of voor Nederland).
- ◆ Iets gebeurt voortaan anders dan tot nu toe het geval was. Denk aan de ontwikkeling van nieuw beleid, ingrepen in het verkeer etc. Vaak zijn het onderwerpen die in de b&w-

vergadering aan de orde komen ('gepland nieuws').

- ◆ Mensen worden in hun portemonnee geraakt door wat wij willen gaan doen.
- ◆ Het gaat over zaken die de gemiddelde Waalwijker interessant vindt: monumenten, (sport)evenementen, verkeersingrepen.
- ◆ Er zijn flinke subsidies of er is grote financiële schade gemoed met jouw onderwerp.

III TIPS VOOR DE OPBOUW EN HET SCHRIJVEN

Als je boodschap het waard is om het nieuws te halen, dan zet je die op papier. Hieronder volgen tips voor de opbouw en de inhoud van een bericht.

De opbouw:

- ◆ **Kop:** kernachtige samenvatting van het nieuws. Een *titel* (uitslag toernooi) is iets anders dan een *kop* (RKC Waalwijk wint).
- ◆ Eventueel een **onderkop**. Dit kan een extra accent meegeven aan de kop of deze verduidelijken.
- ◆ **Inleiding:** uitwerking van de kop. De inleiding moet zoveel informatie geven dat de lezer daarna kan stoppen zonder dat hij essentiële informatie mist. Beantwoord daarom de vijf W's en H: **Wie, Wat, Waar, Wanneer, Waarom en Hoe?**
- ◆ **Bodytekst:** dit is een nadere uitleg of een meer gedetailleerde uitwerking van de zaken die in de inleiding aangestipt zijn.

Denk ook aan achtergrondinformatie als: aanleiding, motivatie, consequenties.

- ◆ Geef, indien nodig, inzicht in de vervolgpprocedure. (Datum commissievergadering, gemeenteraad, informatiebijeenkomst bewoners etc.).
- ◆ De contactpersoon voor vragen is in principe de communicatieadviseur.
- ◆ Een kaartje ter verduidelijking of achtergrondinformatie als bijlage kan nuttig zijn.

IV HET SCHRIJVEN:

- ◆ Maak een zo volledig mogelijk concept gebaseerd op bovenstaande (en wat ingaat op de kernvragen **Wie, Wat, Waar, Wanneer, Hoe en Waarom**).
- ◆ Lastig om het goed te verwoorden? Zorg dan in ieder geval voor een goede aanlevering van de feitelijke informatie.
- ◆ Een correcte weergave van data, bedragen en namen is erg belangrijk.
- ◆ Bedragen moeten eenduidig zijn en optellingen consistent. Dit kun je afstemmen met het bestuur en Bureau Communicatie.
- ◆ Houd de zinnen kort (1 à 2 regels). Dat leest makkelijker en prettiger.
- ◆ Gebruik eenvoudige en niet te lange woorden (geen vaktaal of 'wollig' taalgebruik).
- ◆ Wees zo concreet mogelijk in wat je te zeggen hebt (hoeveel, wat, waar, wanneer). Vermijd woorden als: 'aspecten', 'een aantal', 'eventueel', 'zo snel mogelijk'. De journalist wil de feiten weten. Kies wel termijnen waar de gemeente zich aan kan houden.
- ◆ Vermijd passieve constructies ('zal ... worden') want die leiden tot vaagheid. Een actieve schrijfstijl is ook prettiger leesbaar. Dus niet: *een persbericht zal worden gemaakt* maar: *we maken een persbericht*.

Een persbericht van een A-viertje is meer dan voldoende. Achterliggende informatie kunnen we als bijlage meesturen of kan de pers van de website downloaden.

V EMBARGO OF NIET?

Het embargo is een erecode in de journalistiek. Het werkt als volgt: korte tijd voordat iets openbaar wordt, verstuur je een persbericht met (duidelijk zichtbaar) de mededeling 'Niet voor publicatie tot (datum)' of 'Embargo tot (datum)'. Een embargo is vooral nuttig bij gebeurtenissen die een verrassing moeten blijven, maar waarvan de journalist tijdig op de hoogte moet zijn om zich goed te kunnen voorbereiden. Maak er geen misbruik van. De meeste nieuwsfeiten lenen zich er niet voor. Alleen bij ingrijpende zaken als fusies of faillissementen is het te overwegen. Mocht je twijfelen, overleg dan met Bureau Communicatie.



VI WEES VOORBEREID

Vragen die een persbericht oproept, moeten we in beginsel al beantwoorden in het persbericht zelf. Soms is dat niet wenselijk. Het laat echter onverlet dat we de antwoorden wel paraat moeten hebben ingeval de journalist daar alsnog om vraagt.

Persberichten

VII DE AFSPRAKEN

Binnen onze gemeente Waalwijk hebben we enkele afspraken over persberichten. Bureau Communicatie heeft een centrale rol. Die afspraken - bedoeld om (o.a.) structuur, kwaliteitsbewaking en 'met één mond spreken' te kunnen garanderen - zijn:

- ◆ De vakinhoudelijke afdeling zorgt voor de conceptteksten voor persberichten of voor digitale aanlevering van alle (feitelijke) informatie (maximaal 2A viertjes). Bureau Communicatie is eindverantwoordelijk voor het proces en verstuurt de berichten naar de pers. Indien nodig, ondersteunt Communicatie de vakafdeling bij het opstellen van een bericht.
- ◆ De contactpersoon voor de pers is altijd de communicatieadviseur. Hij of zij beoordeelt ook wie de beantwoording van vragen voor zijn rekening neemt. Bij bestuurlijke aangelegenheden is dat altijd een lid van het college.
- ◆ Bureau Communicatie screent de teksten op inhoud, taal en vormgeving, nummert de berichten, archiveert ze op het netwerk, stuurt ze naar de pers en zorgt voor publicatie op de eigen website.

VIII DE WERKWIJZE

- ◆ Stuur je concepttekst **vier** werkdagen voordat het verspreid moet worden naar Bureau Communicatie. Daar maken ze eventueel een tweede concept, nummeren het bericht en zetten het in de standaard lay-out. Als er inhoudelijke wijzigingen zijn, laat Communicatie het concept voor verspreiding controleren door de opsteller.
- ◆ Het tweede concept gaat desgewenst voor akkoord naar de portefeuillehouder. Dat zal in bestuurlijke zaken bijna altijd het geval zijn. De beoordeling en het initiatief daartoe ligt bij Bureau Communicatie.
- ◆ De opsteller/vakambtenaar informeert en/of geeft eventuele betrokkenen inzage in het persbericht voor het de deur uitgaat.
- ◆ Bureau Communicatie verspreidt het persbericht naar de media.
- ◆ Bureau Communicatie zorgt dat alle collegeleden een afschrift krijgen van het persbericht en publiceert ze op de website.

Vragen en opmerkingen?

Heb je vragen over deze checklist? Is er iets niet duidelijk? Neem dan contact met ons op!

Bureau Communicatie
Januari 2005