

KIJK BETER. ZIE MEER.

REDACTIE CHECKLIST

Een betere representatie begint bij de keuzes die achter de schermen worden gemaakt. Bewustwording alleen is niet genoeg. Het gaat om wat we er vervolgens mee doen.

“Een redactie is neutraal.”

CHECK Zijn wij als redactie representatief genoeg? Hoeveel vrouwen zitten bijvoorbeeld op de redactie? Hoeveel mensen van kleur? Hoeveel mensen met een waarneembare beperking?

LET OP Wie er op de redactie zit, beïnvloedt welke verhalen, bronnen en gasten vanzelf in beeld komen. Als vergelijkbare achtergronden en perspectieven domineren, blijven andere sneller buiten beeld.

DOE Blijf intern altijd intrinsiek gemotiveerd om je redactie zo inclusief mogelijk samen te stellen. Hierbij moet er ruimte zijn voor diverse perspectieven en deze perspectieven moeten ook daadwerkelijk worden gehoord en serieus worden genomen.

“We kiezen gewoon de beste gast.”

CHECK Waarop baseren we dat deze persoon de beste gast is?

LET OP Bekendheid, media-ervaring, snel beschikbaar zijn en al in het contactenbestand staan, zijn niet hetzelfde als inhoudelijke deskundigheid.

DOE Bepaal eerst welke expertise je nodig hebt. Zoek daarna pas naar namen.

“Er zijn gewoon te weinig vrouwelijke experts.”

CHECK Waar hebben we gezocht?

LET OP Wie steeds in hetzelfde netwerk zoekt, krijgt ook steeds ongeveer dezelfde kandidaten.

DOE Zoek buiten het bestaande contactenbestand en buiten de deskundigen die al vaak in de media verschijnen.

“Ze heeft misschien niet genoeg zelfvertrouwen of media-ervaring.”

CHECK Stellen we aan iedere gast dezelfde eisen?

LET OP Bij bekende gasten wordt gezag en geschiktheid sneller verondersteld. Nieuwe deskundigen moeten zich vaak eerst bewijzen.

DOE Beoordeel inhoudelijke deskundigheid en media-ervaring los van elkaar.

“Vrouwen zeggen vaker nee.”

- CHECK** Hoeveel geschikte vrouwen hebben we daadwerkelijk benaderd?
- LET OP** Een paar afwijzingen zeggen niets over een hele groep. Bovendien kan iemand juist zorgvuldig afwegen of een onderwerp werkelijk binnen haar expertise valt.
- DOE** Kijk niet alleen naar wie nee zegt, maar ook naar wie nooit wordt gevraagd. Vraag ook door als je een vrouwelijke kandidaat spreekt: waaróm zegt ze nee? Wellicht valt er iets aan de reden te doen.

“Moeten we hiervoor een compleet nieuwe markt of doelgroep aanboren?”

- CHECK** Realiseren we ons hoe groot de groep mensen met een beperking in Nederland eigenlijk is?
- LET OP** Mensen met een beperking vormen geen ‘niche’ of ‘nieuwe’ doelgroep. Deze groep (en hun netwerk) vertegenwoordigt een enorme maatschappelijke én economische waarde .
- DOE** Zie mensen met een beperking als een integraal onderdeel van de samenleving die je vandaag al hoort te bedienen en te weerspiegelen.

“Onze tafel is een weerspiegeling van de werkelijkheid.”

- CHECK** Welke werkelijkheid maken onze keuzes zichtbaar – en welke blijft buiten beeld?
- LET OP** Redacties bepalen mede wie het publiek als deskundig en gezaghebbend leert zien.
- DOE** Kijk niet alleen naar wie aan tafel zit, maar ook naar wie mag analyseren, verklaren en duiden.

“We zijn simpelweg bang om het fout te doen met gasten met een (waarneembare) beperking.”

- CHECK** Laten we ons tegenhouden door koudwatervrees of door inhoudelijke argumenten?
- LET OP** Angst voor verkeerde bewoordingen, ongemak of niet weten hoe om te gaan met een beperking is de grootste remmer van representatie. Maar door niets te doen, maak je juist de fout.
- DOE** Zie representatie van mensen met een beperking als een leerschool. Stel gewoon vragen, sta open voor feedback en durf te beginnen, drempels verbreden begint bij doen.

“Meer diversiteit gaat ten koste van kwaliteit.”

CHECK Waarom zouden de beste deskundigen allemaal al in ons bestaande netwerk zitten?

LET OP Een grotere zoekvijver vergroot juist de kans op betere deskundigen, andere ervaringen en nieuwe invalshoeken.

DOE Zie breder zoeken als onderdeel van journalistieke kwaliteit.

“Hij kan hier ook wel iets over zeggen.”

CHECK Is deze gast werkelijk deskundig op dit specifieke onderwerp?

LET OP Bekende gasten worden gemakkelijk ingezet als brede duider, ook buiten hun eigen expertise.

DOE Vraag bij iedere boeking: waarop is de deskundigheid van deze persoon over precies dit onderwerp gebaseerd?

“Dit verandert vanzelf wel.”

CHECK Welke redactionele routine hebben we daadwerkelijk veranderd?

LET OP Dezelfde zoekmethode, dezelfde netwerken en dezelfde selectiecriteria leveren waarschijnlijk opnieuw ongeveer dezelfde gasten op.

DOE Maak het verbreden van het gastenbestand een vast onderdeel van het redactionele werk.

“Er zit toch een vrouw aan tafel?”

CHECK Welke rol krijgt zij?

LET OP Representatie gaat niet alleen over aantallen. Het gaat ook over spreektijd, vragen, onderbrekingen en de positie die iemand in het gesprek krijgt.

DOE Controleer vóór de uitzending niet alleen wie er zit, maar ook vanuit welke rol iedere gast wordt uitgenodigd.

“Het was een totale blinde vlek, we hadden hier nog nooit aan gedacht.”

CHECK Hoe toegankelijk is ons programma voor mensen met een (waarneembare) beperking?

LET OP 1 op de 8 mensen heeft een (waarneembare) beperking.

DOE Breng actief in kaart waar jouw redactie of organisatie mensen met een beperking over het hoofd ziet, van toegankelijkheid van de studio tot experts.

“We willen het wel, maar het moet logisch zijn. Wat doet iemand met een (waarneembare) beperking in dit programma?”

CHECK Vragen we ons alleen bij mensen met een beperking af of hun aanwezigheid ‘functioneel’ of ‘logisch’ is?

LET OP Hun beperking hoeft niet altijd het hoofdonderwerp van gesprek te zijn en je hoeft het niet te duiden.

DOE Normaliseer mensen met een beperking in beeld. Nodig hen niet alleen uit om te praten over hun beperking, maar juist als expert of als presentator.

“We moeten nog iemand van kleur.”

CHECK Nodig je mensen uit om hun expertise en om daadwerkelijk op een kwestie in te gaan of zijn ze een vinkje?

LET OP Check of je deze mensen vraagt vanwege hun expertise omtrent het behandelde thema. En nee, niet iedere persoon van kleur is automatisch ook altijd Ketī Kotī of Ramadan-expert.

DOE Stop met het uitnodigen van mensen van kleur als sensatiebejag of vinkje.

Deze checklist is ontwikkeld door Vaker in de Media in samenwerking met Vrouw&media, NinetyNine Agency, Colourful Media Collective en Vrouwen in Beeld.

Download de Monitor Representatie 2026 via vrouweninbeeld.nl/monitor