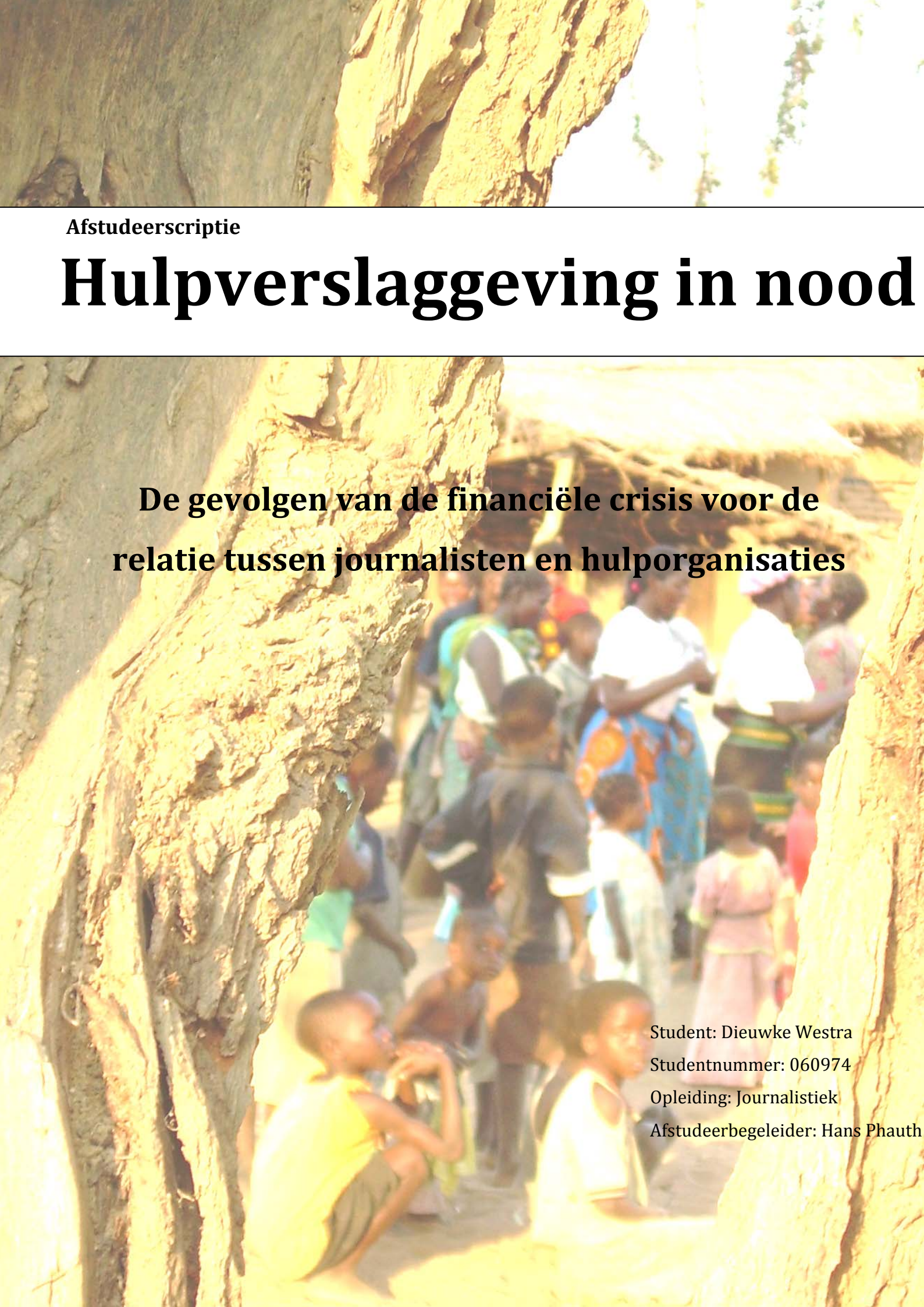




Afstudeerscriptie

Hulpverslaggeving in nood

**De gevolgen van de financiële crisis voor de
relatie tussen journalisten en hulporganisaties**

Student: Dieuwke Westra

Studentnummer: 060974

Opleiding: Journalistiek

Afstudeerbegeleider: Hans Phauth

**De gevolgen van de financiële crisis voor de relatie tussen journalisten en
hulporganisaties**

Inhoudsopgave

Wat?	Waar?
Inleiding	p. 4
Hoofdstuk 1 Wat versta ik onder kwalitatief goede berichtgeving over ontwikkelingssamenwerking?	p. 6
Hoofdstuk 2 Wat is bepalend voor de inhoud van berichtgeving over ontwikkelingssamenwerking?	p. 11
Hoofdstuk 3 Biedt de huidige dagbladsector voldoende mogelijkheden voor kwalitatief goede berichtgeving over ontwikkelingssamenwerking?	p. 15
Hoofdstuk 4 Vinden journalisten dat hun vak door de financiële crisis vatbaarder is voor PR?	p. 23
Hoofdstuk 5 Doen hulporganisaties meer hun best om in de media te komen?	p. 29
Conclusie	p. 38
Literatuurlijst	p. 39
Bijlage 1 – grafieken met oplagedaling	p. 42
Bijlage 2 – interviews	p. 48
1. Han Koch, buitenlandredacteur Trouw, gespecialiseerd in ontwikkelingssamenwerking, internationale betrekkingen en monetair beleid (interview 4-08-2010)	
2. Gerhard Wilts, chef buitenlandredactie Nederlands Dagblad (interview 17-06-2010)	
3. Gerbert van der Aa, freelancer voor o.a. NRC Handelsblad en Elsevier, schrijft veel over OS (interview 16- 06-2010)	
4. Rob Vreeken, buitenlandredacteur De Volkskrant (interview 14-06-2010)	
5. Ab Jansen, buitenlandredacteur Reformatorisch Dagblad (interview 3-06-2010)	
6. Femke van Zeijl, freelancer voor o.a. NRC Handelsblad, Opzij en Vrij Nederland, schrijft veel over OS (interview 21-06-2010)	
7. Evelyne van Lockhorst, persvoorlichtster bij ZOA vluchtelingen zorg (interview 19-04-2011)	
8. Rolinda Montsma, persvoorlichtster bij Artsen Zonder Grenzen (interview 13-05-2011)	
9. Ruud Huurman, persvoorlichter bij Oxfam Novib (interview 13-05-2011)	
10. Mieke Wouters, persvoorlichtster bij WarChild (interview 16-05-2011)	

Inleiding

Het was een van de eerste lessen die ik leerde op school: goede journalistiek is onafhankelijke journalistiek. Ik begreep al snel dat elke verslaggever deze regel zou moeten koesteren. Het leek mij vanzelfsprekend dat journalisten hun uiterste best deden voor objectieve berichtgeving en hiervoor een gepaste afstand namen van het onderwerp. In het boek '*De crisis karavaan*'¹ zag ik dat dit niet voor elke journalist geldt; veel journalisten zouden nauwe banden onderhouden met hulporganisaties. Persreizen vinden gretig aftrek en informatie van hulporganisaties wordt veelvuldig gebruikt. Mijn interesse was gewekt; hoe kon dit? Ik kon niet geloven dat er sprake was van een gebrek aan journalistieke goodwill. Volgens mij doet iedere journalist haar werk naar eer en geweten. Er moest nog iets anders aan de hand zijn.

Ik dacht aan de huidige ontwikkelingen in de dagbladsector. Al enkele jaren verschijnen er geregeld berichten over dalende omzetcijfers en lezers die weglopen naar nieuwe media. De sector is flink aan het bezuinigen en journalisten zouden steeds meer werk in steeds kortere tijd moeten verrichten. Het leek mij niet onwaarschijnlijk dat hier de oorzaak lag van de beperkte afstand tussen journalisten en hulporganisaties. Het zou een gemakkelijke manier zijn om snel en goedkoop aan informatie te komen. Ik begon me af te vragen of journalisten door de financiële crisis niet vatbaarder waren geworden voor Public Relations (in deze scriptie verder afgekort tot PR) en informatie van hulporganisaties steeds makkelijker aannemen.

In dezelfde periode dat ik '*De crisis karavaan*' las, begon ik aan een stage bij hulporganisatie ICCO. Ik had een enorme belangstelling voor ontwikkelingssamenwerking (in deze scriptie verder afgekort tot OS) en wilde de sector graag beter leren kennen en begrijpen. Tijdens mijn stage zag ik dat hulporganisaties net als dagbladen door de financiële crisis steeds meer onder druk staan. Ik zag hoe ICCO net als heel veel andere hulporganisaties werd getroffen door de bezuinigingen van de overheid. Het raakte me, want ik besepte me dat dit fataal kon zijn voor sommige schitterende hulpprogramma's. Dat mocht niet gebeuren dacht ik, misschien moest de organisatie maar zorgen dat ze meer in de media kwam. Ik wilde dat landelijk bekend werd dat zoveel hulp verloren dreigde te gaan door de MSF-bezuinigingen.

Later realiseerde ik me dat ik op dat moment meer op de stoel zat van de hulporganisatie dan op die van de onafhankelijke, objectieve journalist. Het geeft niet, want het zette me juist aan tot nadenken. Ik concludeerde dat de bezuinigingen bij hulporganisatie en in de dagbladsector samen een heel gevaarlijke situatie konden opleveren. Aan de ene kant lijken journalisten steeds

¹ Polman, L. (2008) *De crisis karavaan achter de schermen van de noodhulpindustrie* (Amsterdam, Uitgeverij Balans)

vatbaarder te worden voor PR en aan de andere kant zie je dat het belang van hulporganisaties om aan PR te doen groeit. Het heeft er alle schijn van dat berichtgeving over OS hierdoor behoorlijk onder druk staat. In deze scriptie ga ik onderzoeken in hoeverre dat het geval is. Verkeert kwalitatief goede hulpverslaggeving, op dit moment echt in nood?

Allereerst ga ik kijken wat ik allemaal belangrijk vind voor de kwaliteit van berichtgeving over OS. Over wat ik versta onder berichtgeving over OS kan ik kort zijn; dit zijn alle geschreven publicaties over het werk van hulporganisaties, overheden en non-profitorganisaties die opgezet zijn om hulp aan anderen te verlenen. Gerelateerde informatie die nodig is om meer inzicht te verkrijgen in ontwikkelingswerk valt voor mij ook onder berichtgeving OS. Je kunt hierbij denken aan artikelen die laten zien hoe grote politieke en economische machtsblokken van invloed kunnen zijn op ontwikkelingssamenwerking. In deze scriptie gebruik ik naast de term berichtgeving over OS ook hulpverslaggeving. Hiermee bedoel ik hetzelfde.

Wanneer ik in kaart heb gebracht wat ik onder kwaliteit versta kijk ik in hoofdstuk 2 naar wat nou echt bepalend is voor de inhoud van hulpverslaggeving. Daarna kijk ik in hoofdstuk 3 naar de huidige dagbladsector. Biedt deze eigenlijk nog wel genoeg mogelijkheden voor kwalitatief goede berichtgeving? Vervolgens kijk ik in hoofdstuk 4 wat journalisten vinden van berichtgeving over OS en of zij denken dat hun vak vatbaarder is geworden voor PR. Daarna maak ik in hoofdstuk 5 een uitstapje richting de OS-sector; op welk manier heeft hij te maken met de financiële crisis? En leiden de bezuinigingen er inderdaad toe dat zij zichzelf meer in de kijker willen spelen?

Hoofdstuk 1

Wat versta ik onder kwalitatief goede berichtgeving over OS?

Ze hebben het nog nooit zo goed gehad: hun huis verkeert in uitstekende staat en hun werk hebben ze weer in volle glorie kunnen oppakken. Bovendien kan hun kind dankzij de honderden euro's sponsorgeld die de organisatie in het gebied heeft gepompt voor het eerst in zijn leven naar school. Aan de keukentafel bij mijn ouders lees ik in een regionale krant over de onvoorstelbare goede werken van een lokale non-profitorganisatie na de tsunami van 2004. De journalist, naam doet er niet toe, het zou alleen leiden tot een slecht beeld van de goedbedoelende man, spreekt enkel lovende woorden.

Een ongemakkelijk gevoel maakt zich van mij meester: er wordt slechts aandacht besteed aan het korte en positieve '*wat gebeurt er?*' en niet aan de achtergrond waartegen deze activiteiten plaatsvinden. Waarom zit de organisatie juist daar? Wat is hun relatie met de lokale bevolking? Welke toekomstbeelden hebben ze precies voor ogen? Enkele voor de hand liggende maar helaas onbeantwoorde vragen. Het is duidelijk dat dit artikel eerder het schrikbeeld dan het toonbeeld vormt van goede berichtgeving over OS. Maar wat versta ik dan wel onder kwalitatief goede berichtgeving over OS? Daarover meer in dit hoofdstuk.

Richtlijnen voor kwaliteit

Laat ik eerst eens kijken welke richtlijnen voor kwaliteit al bestaan. Het Nederlands Genootschap van Hoofdredacteuren heeft een heel uitgesproken mening over wat kwaliteit zou moeten zijn. Zij hebben dit opgeschreven in de zogeheten 'Code voor de Journalistiek'². Hierin staat dat journalisten het nieuws waarheidsgetrouw, onafhankelijk, fair en met open vizier moeten brengen. Journalisten zouden zich moeten realiseren dat betrouwbare journalistiek erg belangrijk is voor de democratische samenleving. Deze zou niet goed functioneren zonder goed geïnformeerde burgers. De Code voor de Journalistiek is een van de meest bekende en gebruikte richtlijnen voor kwalitatief goede journalistiek in Nederland.

Een andere, misschien nog wel bekendere richtlijn is de 'Code van Bordeaux'³. Hierin heeft de Internationale Federatie van Journalisten vastgelegd wat zij verstaat onder goede journalistiek. Eerbied voor de waarheid, faire berichtgeving en het correct omgaan met vertrouwelijke informatie zijn een paar belangrijke punten uit deze code. Ook vindt de federatie dat onjuist

² Het Nederlands Genootschap van Hoofdredacteuren http://www.genootschapvanhoofdredacteuren.nl/het_genootschap/code-voor-de-journalistiek.html (22-05-2011)

³ International Federation of Journalists <http://www.ifj.org/en/pages/about-ifj> (22-05-2011)

verspreide informatie royaal recht gezet moet worden. Zaken als discriminatie, plagiaat, laster, smaad, ongegronde beschuldigingen en het aanvaarden van steekpenningen ziet zij als zware journalistieke vergrijpen, waar iedere zelf respecterende journalist zich ver buiten moet houden. Kwaliteit zou zich uiten door de punten uit deze code te respecteren en te volgen.

De Code van Bordeaux en de Code voor de journalistiek worden binnen de journalistiek veel aangehaald bij discussies over kwaliteit. Toch zijn de twee niet meer dan slechts een opvatting over goede journalistiek. De codes zijn op geen enkele manier bindend voor de journalist, net als geen enkele andere code bindend is voor journalisten. Het enige waar een journalist zich aan moet houden is de wet. Een regel die zegt waar journalistiek aan moet voldoen is er dus niet en lijkt er ook niet te komen. Dit is maar goed ook, want hoe meer wetten en regels, hoe minder persvrijheid er zal zijn.⁴ Dat niet officieel vaststaat wat kwalitatief goede journalistiek is, maakt kwaliteit een heel rekbaar begrip. Het is vooral een kwestie van smaak en iedere journalist heeft natuurlijk weer andere opvattingen over kwaliteit.

Zo vindt journalist Ab Jansen⁵ dat hij kwalitatief prima werk kan leveren als hij op reis gaat met een hulporganisatie. Terwijl andere journalisten zoals Femke van Zeijl⁶ en Linda Polman⁷ hier juist van gruwen; het zou volgens hen onafhankelijke nieuwsgaring en daarmee ook de kwaliteit ernstig schaden. Ook lopen de meningen erg uiteen als het gaat om het aantrekkelijk maken van nieuws. Volgens sommige journalisten is dit een doodzonde; nieuws is niets anders dan het brengen van feiten, zonder enige poespas eromheen. Journalist Huub Evers zegt hierover in het boek *'Journalistiek moet verder'*⁸ dat het aantrekkelijker maken van nieuws ervoor kan zorgen dat de maatschappelijke werkelijkheid uit het beeld verdwijnt. Volgens hem ligt hiermee de weg open voor irrelevantie en ensceneringen. Journalist Theo Dersjant zegt in hetzelfde boek dat een aantrekkelijk nieuwsbericht juist helemaal altijd ten koste gaat van de waarheid. Volgens hem kan een goed gecheckt bericht best leuk en waar tegelijkertijd zijn. Waar en leuk zijn volgens hem niet elkaars vijanden maar nogal wat redacteuren zouden doen alsof.

Mijn idee

Wat kwalitatief goede journalistiek moet zijn is dus niet officieel vastgelegd en wordt uiteindelijk bepaald door de journalist zelf. Wil ik in deze scriptie onderzoeken of kwalitatief goede berichtgeving over OS onder druk staat, dan zal ik dus eerst moeten toelichten wat ik

⁴ Kussendrager, N. Van der Lugt, D. (2005) *Basisboek Journalistiek achtergronden, genres, vaardigheden* (Groningen/Houten, Wolters-Noordhoff)

⁵ Ab Jansen, buitenlandredacteur Reformatorisch Dagblad (interview 3-06-2010)

⁶ Femke van Zeijl, freelancer voor o.a. NRC Handelsblad, Opzij en Vrij Nederland, schrijft veel over OS (interview 21-06-2010)

⁷ Polman, L. (2008) *De crisis karavaan achter de schermen van de noodhulpindustrie* (Amsterdam, Uitgeverij Balans)

⁸ Evers, H. Rennen, T. (2005) *Journalistiek moet verder Tien beschouwingen over journalistiek* (Uitgeverij Valkhof Pers)

precies versta onder kwalitatief goede berichtgeving. Voor mij begint goede journalistiek altijd met een open houding van de journalist. Bereid zijn om iets nieuws te leren wanneer je aan een artikel werkt, lijkt mij essentieel. Het gaat in de journalistiek niet om het vinden van informatie die past bij je verhaal. Het gaat er juist om dat je verrast wordt door de informatie die je vindt, en daarmee aan de slag gaat. Kwalitatief goede journalistiek begint eigenlijk met niets anders dan nieuwsgierig zijn naar de wereld om je heen.

Vervolgens is het voor goede journalistiek erg belangrijk om je onderwerp vooraf goed te onderzoeken. Het zou de passie moeten zijn van elke journalist om elk onderwerp, hoe pietepouterig ook, zo goed mogelijk te begrijpen. De journalist moet op zoek gaan naar de waarheid en dat betekent: vragen durven stellen en het onderwerp vanuit verschillende oogpunten bekijken. Het kunnen plaatsen van een onderwerp in kleine en grotere verbanden is ook erg belangrijk bij het vooronderzoek. Voor kwalitatief goede berichtgeving over OS is het cruciaal dat er gekeken wordt naar wereldwijde economische en politieke verhoudingen, maar ook naar de historische achtergronden. Alle berichten over OS hebben op een of andere manier te maken met deze zaken.

Wat ik ook versta onder kwaliteit is eerlijke en betrouwbare berichtgeving. De lezer zou er van uit moeten kunnen gaan dat wat in een door een journalist geschreven artikel staat, waar is. Zij moet volledig kunnen vertrouwen op het goede en gedegen onderzoek van de journalist. Dit betekent dat het journalistieke werk correcte informatie bevat, volledig is en het onderwerp echt verduidelijkt. Een van de grootste gruwelen voor kwalitatief goede journalistiek is het nieuws mooier maken dan het in werkelijkheid is. Journalistiek gaat niet om het opleuken van een verhaal, maar om het vertellen van feiten. Het gaat erom dat de journalistiek vertelt wat er in de wereld gebeurt, omdat het publiek zelf niet de tijd heeft om dat allemaal uit te zoeken. Goede journalistiek verslaat nieuws helder, overzichtelijk en zonder overbodige franje.

Écht goede journalistiek is echter nog meer dan enkel het weergeven van dat wat er speelt. Het zou ook moeten aansporen tot nadenken. Kwalitatief sterke berichtgeving geeft de lezer wat extra's mee en zou ervoor moeten zorgen dat de lezer helemaal wordt meegezogen in het onderwerp. Dit kan door een vlotte en pakkende schrijfstijl in combinatie met een goed inhoudelijk verhaal. Verder laat een goede journalist haar publiek net weer even anders tegen het onderwerp aankijken door het gebruik van vernieuwende invalshoeken. Journalistiek moet verrassen en ervoor zorgen dat je net weer op een andere manier tegen iets aankijkt. Uiteindelijk moet goede journalistiek ervoor zorgen dat je de wereld om je heen weer iets beter gaat begrijpen.

Basiselementen van kwaliteit

Nu heb ik globaal genoemd hoe kwalitatief goede berichtgeving volgens mij tot stand komt en wat het zou moeten zijn. Maar kwaliteit wil ik niet alleen aan deze punten toetsen maar ook aan het schema van onderzoeker Kees Buijs⁹. Hij is verbonden aan de Radboud Universiteit Nijmegen en deed onderzoek naar de verschillende ideeën over kwaliteit. Hij vatte deze vervolgens samen in een aantal basiselementen waarop je kwaliteit zou kunnen meten. Gezien in dit schema veel ideeën zijn verwerkt, zoals de Code van Bordeaux en de Code voor de Journalistiek, lijkt het mij een goed middel om kwaliteit ook mee te toetsen.

In het schema van Buijs wordt, zoals gezegd, een aantal elementen genoemd die van invloed zijn op de kwaliteit. Dit zijn: de journalist, de redactie en het medium. In zijn boek 'Journalistieke kwaliteit in het cross mediale tijdperk' behandelt hij deze als volgt:

„Kwaliteitscriteria met betrekking tot de journalist:

nauwkeurig, genuanceerd, onbevooroordeeld, vakkundig, getalenteerd, brede kennis, verantwoordelijkheidsbesef, oorspronkelijk, herkenbaar als auteur

Kwaliteitscriteria met betrekking tot de redactie:

relevant (geldt voor zowel redactie als product), pluriform, open, toetsbaar, onafhankelijk, onpartijdig, kritisch, geëngageerd, continuïteit in het volgen van onderwerpen

Kwaliteitscriteria met betrekking tot het redactionele product:

compleet, actueel, toegankelijk, controleerbaar, zorgvuldig, waarheidsgetrouw, scheiding van redactionele en commerciële inhoud, aansluitend op behoeften van lezer, individuele gebruikswaarde “

Naast deze drie basiselementen zegt Buijs dat ook het mediaveld invloed heeft op de kwaliteit. Hoewel het schema een prima uitgangspunt is voor kwaliteitstoetsing, vind ik de eigenschappen van de basiselementen wat aan de karige kant. Deze zouden wat mij betreft nog flink kunnen worden aangevuld. Zo lijkt het mij bijvoorbeeld erg belangrijk om de kwaliteitscriteria voor journalisten aan te vullen met het eerste punt uit de Code van Bordeaux; eerbied voor de waarheid. Hieruit blijkt ook dat de visie van Buijs slechts een benadering is, maar wel een die mijns inziens vele andere ideeën in grote lijnen dekt.

⁹ Buijs, K. (2008) Journalistieke kwaliteit in het crossmediale tijdperk (Boom onderwijs)

Conclusie

De insteek van de journalist die het rooskleurige artikel schreef over de tsunamihulp ligt verre van de journalistieke maatstaven die ik hanteer voor waarheidsvinding. Hij ging gewoon te veel op zijn gevoel af en deed geen zorgvuldig onderzoek. Iets wat in mijn ogen cruciaal is voor kwalitatief goede berichtgeving. Net als ik ervan overtuigd ben dat een open vizier en volledige en correcte berichtgeving essentieel zijn voor goede journalistiek. Daarnaast zou goede journalistiek de lezer moeten boeien en er uiteindelijk voor zorgen dat zij de wereld om haar heen net weer een beetje beter begrijpt. Tot slot is goede berichtgeving volgens mij uitstekend te toetsen aan de vier basiselementen van Buijs: de journalist, de redactie, het redactionele product en het mediaveld waarin de journalist werkt.

Hoofdstuk 2 Wat is bepalend voor de inhoud van berichtgeving over OS?

Het is niet altijd even gemakkelijk om door een ontwikkelingsland te reizen. Dat weet ook freelancejournaliste Femke van Zeijl¹⁰. Tijdens haar reizen stuit ze geregeld op wegblokkades waar ze alleen doorkomt als er een beetje geld wordt toegestopt. Hoeveel dat 'beetje' is, wisselt per blokkade maar vaak wordt dat wel iets meer als ze haar blanke huidskleur of perskaart zien. Die staan synoniem voor rijk en je zou als 'arme' toch wel gek zijn daar geen gebruik van te maken.

Van Zeijl houdt niet van dit soort corruptie, maar weet dat ze er niet aan ontkomt. Geen 'extraatje' geven levert grote problemen op met de goed bewapende postbewaker maar ook geen doorgang. Of de journaliste dus kan schrijven over het land achter de wegblokkade, hangt af van de welwillendheid van de bewakers. De journalist zelf is dus zeker niet de enige die bepaalt wat er uiteindelijk in een artikel over OS komt te staan. In dit hoofdstuk bekijk ik welke factoren nog meer bepalend zijn voor de inhoud van berichtgeving over OS.

Onderzoek Shoemaker en Reese

Uit onderzoek van Pamela Shoemaker en Stephen Reese¹¹ blijkt dat externe factoren een grote invloed kunnen hebben op de uiteindelijke inhoud van berichtgeving. Dat kan bijvoorbeeld doordat een externe kracht bepaalt of een journalist wel of geen toegang krijgt tot informatie. Bij Femke van Zeijl was dit ook geregeld nog maar de vraag, ze moest er maar op vertrouwen dat de postbewakers haar goed gezind waren. Maar ook overheidsinstellingen, bedrijven en organisaties kunnen de informatie die de journalist ontvangt sturen. Bijvoorbeeld in het geval dat het naar buiten brengen van informatie mensen in gevaar brengt, of als er misstanden zijn die liever worden verzwegen. Journalisten moeten natuurlijk altijd hun uiterste best doen om de werkelijkheid zo goed mogelijk in beeld te krijgen, maar ze ontkomen er niet aan dat er wel eens stukjes van die werkelijkheid worden verstopt.

Naast externe factoren zijn volgens Shoemaker en Reese nog vier factoren bepalend voor de uiteindelijke inhoud van de berichtgeving. Zo zou ook het mediabedrijf waarvoor de journalist werkt, grote invloed hebben. Een journalist van De Telegraaf schrijft nou eenmaal op een andere manier verhalen dan een van bijvoorbeeld Trouw. Beide journalisten passen zich aan op de manier waarop 'hun' krant zich wil profileren. Dit is te zien in de manier waarop ze nieuws verzamelen en verwerken, maar vooral ook in de onderwerpskeuze. In een kort telefoongesprek

¹⁰ Van Zeijl, F. (2007) Een nacht in een vijzel vrouwen in Afrika (Artemis & co)

¹¹ Shoemaker, J.P. Reese, D.S. Mediating the Message Theories of Influences on Mass Media (1991) Guilford Publications

met een buitenlandredacteur van De Telegraaf werd mij verteld dat hun krant liever niet te veel aandacht besteed aan ontwikkelingssamenwerking. Dat paste niet bij hun imago, kreeg ik te horen. Een week later zat ik aan tafel bij Trouw, met een journalist die juist heel begaan was met dit onderwerp en er zijn specialisatie van had gemaakt. Het is duidelijk; de inhoud van artikelen wordt aangepast op het profiel van de krant.

Daarnaast spelen natuurlijk ook de actuele gebeurtenissen een rol, dit is de derde factor. Stel in Azië vindt een gigantische aardbeving plaats waarbij tienduizenden doden vallen. Het is dan zo zeker als het rijzen van de zon dat journalisten hier massaal bovenop duiken. De journalist heeft nou eenmaal de taak om haar publiek op de hoogte te houden van wat er speelt. Shoemaker en Reese noemen dit ook wel de spiegel-theorie. De journalist zou een spiegel moeten zijn van de wereld waarin zij werkt.

De vierde factor, bepalend voor de inhoud van het journalistieke werk, is volgens de onderzoekers de heersende maatschappelijke ideologie. Volgens het tweetal zal de overheersende ideologie doorgaans worden beschermd. Ze zien dit onder andere terug in de milde wijze waarop geschreven wordt over het bestaande economische systeem. Dit zou komen omdat journalisten zelf deel uitmaken van dit systeem.

Wat het meest van invloed is op de inhoud van berichtgeving is natuurlijk de journalist zelf. Dit is de vijfde en laatste factor. De persoonlijke interesses en opvattingen van de journalist zijn altijd van invloed op het werk; of het nu gaat om de invulling van een feitelijke nieuwspagina of een commentaar. Hoe hard de journalist er ook naar streeft, het is onmogelijk om journalistieke keuzes te maken, zonder dat persoonlijke ideeën een rol spelen. Dat de journalist wordt gezien als de factor die de meeste invloed heeft op de inhoud is niet gek, want uiteindelijk is de journalist doorslaggevend. Zij bepaalt wat er wel of niet in een artikel staat.

Bronnen

De journalist wordt in haar werk behoorlijk wordt beïnvloed door de bronnen die zij gebruikt. Dit blijkt uit een onderzoek van Sigal¹². De journalist baseert haar verhaal volledig op wat ze vanuit verschillende bronnen heeft vernomen. Alle feiten in een stuk komen ergens vandaan en logischerwijs wordt de journalist in haar werk dus flink beïnvloed door dat wat haar bronnen zeggen. Maar het meest opvallende aan het onderzoek van Sigal is wel de stelling dat journalisten erg gevoelig zijn voor de macht en autoriteit van een bron.

¹² Sigal, L. Who? Sources make the news *Reading the news* (1986) Pantheon Books

Hoe meer macht en autoriteit een bron op een bepaald gebied heeft, hoe gemakkelijker de journalist deze bron zal aanhalen in zijn werk. Volgens Sigal hebben bronnen meer gezag en zijn ze geloofwaardiger wanneer ze autoriteit kunnen uitoefenen in belangrijke politieke en sociale instituten. Een logisch gevolg hiervan is dat journalisten hierdoor veel vertrouwen hebben in gesprekspartners met hoge functies. Dit betekent dat informatie van een directeur van een hulporganisatie eerder gebruikt zal worden dan van een medewerker op het hoofdkantoor. Terwijl deze laatste misschien wel veel interessantere informatie had kunnen geven of beter op de hoogte was van wat er speelt. Ook wanneer verwacht wordt dat bronnen toegang hebben tot gezaghebbenden neemt het vertrouwen volgens de onderzoeker toe. Als direct gevolg hiervan zullen deze bronnen meer gebruikt worden.

Journalistiek

De journalist blijkt dus zelf de meest bepalende factor voor de inhoud van berichtgeving over OS¹³. Verder blijkt de journalist zelf weer flink beïnvloed te worden door de bronnen die zij gebruikt. Samen lijkt dit geen goede combinatie want het heeft er alle schijn van dat de berichtgeving voor een groot deel bepaald wordt door de bronnen. Voornamelijk bronnen met gezag. Als de journalist niet waakzaam is kan dit vervelende gevolgen hebben voor de kwaliteit. Terwijl waakzaamheid juist heel belangrijk is omdat het voorziet in de informatiebehoefte van het publiek¹⁴. De journalistiek zorgt ervoor dat mensen op de hoogte blijven van wat er om hen heen gaande is en de nieuwsfeiten weten te plaatsen.

De journalistiek is ook een middel om een beeld te vormen van de wereld om je heen. Het wereldbeeld dat iemand heeft is van grote invloed op de manier waarop zij zich gedraagt. Alle informatie die iemand bereikt is bepalend voor dat wereldbeeld. De journalistiek is een van de belangrijkste bronnen van informatie, blijkt uit onderzoek van Shanto Iyengar.¹⁵ Hij zegt dat het daarom belangrijk is dat informatie in de juiste context wordt geplaatst, zodat de ontvanger een goed beeld kan vormen en daarop kan anticiperen.

Voor al binnen een democratische samenleving speelt de journalistiek een belangrijke rol. Zij wordt hier vaak beschouwd als controlerende macht. Zij houdt bij of de gevestigde orde zich naar behoren gedraagt. De journalist noteert alle gedragingen van de gevestigde orde en maakt deze kenbaar aan het grote publiek. In het boek '*Het mijnenveld*'¹⁶ noemt Addy Kaiser de

¹³ Shoemaker, J.P. Reese, D.S. *Mediating the Message Theories of Influences on Mass Media* (1991) Guilford Publications

¹⁴ Evers, H. Rennen, T. (2005) *Journalistiek moet verder Tien beschouwingen over journalistiek* (Uitgeverij Valkhof Pers)

¹⁵ Iyengar, S. *Is anyone responsible? How television frames political issues* (1991) University of Chicago Press

¹⁶ Wesselius, J. (1994) *Het mijnenveld Over journalistiek en moraal* (Amsterdam, Nijgh & Van Ditmar)

journalistiek ook wel de schakel tussen het publiek en de regering. De manier waarop de machthebber in het nieuws komt, heeft impact op de manier waarop de bevolking naar haar kijkt. Als de overheid op veel manieren negatief in het nieuws komt, kan dat leiden tot ontevredenheid en het vallen van de gevestigde orde.

Conclusie

Wat bepalend is voor de inhoud van berichtgeving over OS kunnen we opdelen in vijf factoren: actuele gebeurtenissen, het mediabedrijf, externe krachten, de heersende maatschappelijke ideologie en de journalist. Opvallend is dat de journalist van deze vijf factoren het meest bepalend is. De journalist wordt op haar beurt weer sterk beïnvloed door de bronnen die zij gebruikt.

Hoofdstuk 3

Biedt de huidige dagbladsector journalisten voldoende ruimte om kwalitatief goede stukken over OS te schrijven?

Goede berichtgeving over OS in de landelijke kranten lijken we in de toekomst te kunnen vergeten. Kwaliteit is namelijk iets dat zonder twijfel onder druk gaat staan bij geprinte media. Tenminste, dat mogen we geloven als we afgaan op de voorspellingen van Rob van den Bergh, oud-bestuursvoorzitter VNU. Volgens hem gaat de bestaande dagbladsector de komende jaren namelijk flink veranderen. In een interview met het Financieel Dagblad¹⁷ zei hij zelfs dat óf de Volkskrant óf NRC Handelsblad over vijf jaar verdwenen zal zijn.

Van den Bergh 's stelling past in de huidige tijdsgeest. Steeds vaker wordt namelijk getwijfeld aan het voortbestaan van de bestaande dagbladsector. Kranten zouden door de economische crisis namelijk steeds meer onder druk staan en dan vooral de buitenlandverslaggeving. Het klinkt behoorlijk bedreigend voor goede berichtgeving over OS, maar in hoeverre is dat eigenlijk zo? Kunnen professionele journalisten niet tegen een stootje? Wordt de klap niet grotendeels opgevangen door de nieuwe mogelijkheden van bijvoorbeeld internet? Of hebben we hier te maken met een té sterke en vernietigende kracht? In dit hoofdstuk bekijk ik in hoeverre kwalitatief goede berichtgeving over OS nog overeind kan blijven tijdens de economische crisis en of internet hier eventueel een alternatief voor biedt.

Weerbaarheid

Als ik luister naar Gerhard Wilts¹⁸, redactiechef bij het Nederlands Dagblad, lijkt zijn krant aardig weerbaar tegen de economische malaise. Hij is echter een van de weinige journalisten die dit vindt. Wilts werkt op een buitenlandredactie waar geregeld artikelen worden geschreven over OS. De kwaliteit hiervan is, ondanks de economische crisis, onverminderd goed, stelt Wilts. *„Natuurlijk merk je wel dat er sprake is van een crisis, maar wij kunnen daar prima mee omgaan. Het is ons vak om goede stukken te schrijven en dat doen we. Daar zijn we professionals voor.”* Ook freelancer Femke van Zeijl¹⁹, onder andere werkzaam voor NRC Handelsblad, vindt dat ze ondanks de crisis nog steeds kwalitatief goed werk levert. De journaliste reist veel en schrijft vaak artikelen over OS. Volgens haar vinden haar artikelen nog steeds gretig aftrek, de economische crisis heeft dit niet meer of minder gemaakt.

¹⁷ Redactie, Oplagen dagbladen verder gedaald, *Het Financieel Dagblad* (31 maart 2010)

¹⁸ Gerhard Wilts, chef buitenlandredactie Nederlands Dagblad (interview 17-06-2010)

¹⁹ Femke van Zeijl, freelancer voor o.a. NRC Handelsblad, Opzij en Vrij Nederland, schrijft veel over OS (interview 21-06-2010)

Volkskrant-journalist Rob Vreeken²⁰ en Reformatorisch Dagbladjournalist Ab Jansen²¹, zijn daarentegen veel kritischer op hun werk. Ze zijn overtuigd van hun eigen journalistieke kwaliteiten, maar vragen zich wel af in hoeverre deze beïnvloed worden door de economische crisis. Op de buitenlandredacties van beide journalisten wordt flink bezuinigd en daarmee ook op berichtgeving over OS. Vreeken stelt twijfelt aan de weerbaarheid van zijn krant: *„Je merkt toch dat er flink bezuinigd wordt en dat is niet altijd bevorderlijk voor de kwaliteit. Dit was anders toen ik begon en er nog meer financiële middelen beschikbaar waren.”* Zelf hard werken en goed werk leveren is volgens hem niet voldoende, er zou gewoon meer geld nodig zijn.

Op de redactie van Trouw klinkt eenzelfde geluid. De krant heeft in de OS-sector en de journalistiek naam gemaakt als het gaat om kwalitatief goede berichtgeving over OS. Vergeleken met andere kranten, besteedt Trouw veel en uitgebreid aandacht aan dit onderwerp. Trouw-journalist Han Koch²² is gespecialiseerd in ontwikkelingssamenwerking, internationale betrekkingen en monetair beleid. Hij zou graag willen dat hij wat meer ruimte en financiële middelen tot zijn beschikking had dan nu het geval is: *„Zo wordt er elk jaar een belangrijke bijeenkomst van de OS-sector gehouden in New York, waar ik graag naar toe ga. Dit jaar kon ik er voor het eerst niet heen omdat er niet voldoende geld was. Dit vond ik erg jammer, want ik moest het verhaal nu schrijven vanaf de redactie. Mijn informatie kreeg ik niet rechtstreeks maar via mijn netwerk. Je krijgt dan lang niet zo'n mooi verhaal dan wanneer je er zelf bij bent.”*

Problemen in de dagbladsector

Journalisten mogen dan wel overtuigd zijn van hun journalistieke kwaliteiten, de economische crisis maakt het hen soms erg lastig deze optimaal te benutten. Kranten moeten fors bezuinigen door de klappen van de crisis. De meest vervelende slagen komen van dalende oplagecijfers en verminderde advertentie inkomsten.²³ Het is een tijd van sparen en bezuinigen en zowel consumenten als adverteerders letten steeds meer op hun uitgaven. Een flink aantal abonnementen wordt stopgezet en de losse verkoop mindert. Onderstaande grafieken tonen globaal hoe de totale betaalde oplage van 2005 tot en met 2009 is veranderd.²⁴ Het betreft telkens het oplagecijfer van het laatste kwartaal van het betreffende jaar. In bijlage 1 staan de grafieken nogmaals, maar dan uitvergroet.

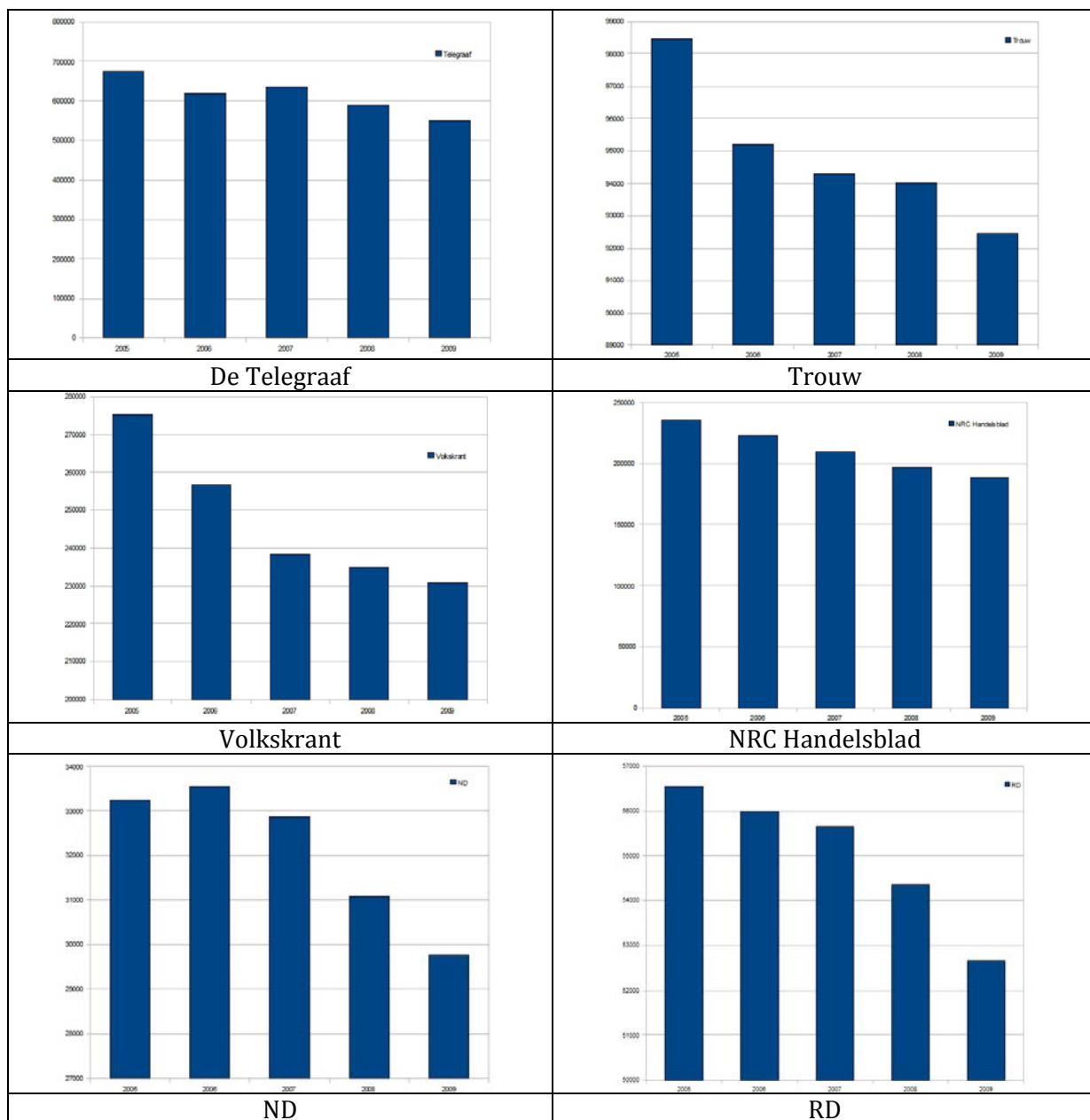
²⁰ Rob Vreeken, buitenlandredacteur De Volkskrant (interview 14-06-2010)

²¹ Ab Jansen, buitenlandredacteur Reformatorisch Dagblad (interview 3-06-2010)

²² Han Koch, buitenlandredacteur Trouw, gespecialiseerd in ontwikkelingssamenwerking, internationale betrekkingen en monetair beleid (interview 4-08-2010)

²³ Nielsen Nederland, Kwartaalbericht dagbladen <http://nl.nielsen.com/products/documents/KwartaalberichtQ12009.pdf> (22-05-2011)

²⁴ HOI, <http://www.hoi-online.nl/798/Opvraagmodule.html> (5 mei 2010)



De advertentieverkoop doet het ook niet goed²⁵ en loopt al vanaf 2001 langzaam terug.²⁶ In 2009 daalde de totale reclame inkomsten met 20 tot 25%.²⁷ De grotere adverteerders, met de beter gevulde portemonnees, kunnen veel gemakkelijker doorgaan met het plaatsen van advertenties. Al profiteren deze adverteerders ook van de huidige marktsituatie. Vaak lukt het hun, zonder veel moeite, om een advertentie voor minder geld te plaatsen. Dagbladen willen nu eenmaal toch graag de advertentiepagina's gevuld zien. Volgens het Commissariaat voor de Media²⁸ blijken dagbladen in dit tijdgewricht bereid om ver te gaan om het adverteerders naar de zin te maken.

²⁵ Redactie, Kranten zetten 'alle seinen op rood': *stagnerende conjunctuur zet inkomsten onder druk*, *Algemeen Dagblad* (8 mei 2001)

²⁶ Redactie, Dagbladen PCM Uitgevers moeten bezuinigen, *NRC Handelsblad* (6 november 2008)

²⁷ Benjamin Jan, Krantenwereld op zoek naar de heilige graal, *NRC Handelsblad* (11 maart 2010)

²⁸ Commissariaat voor de Media, trends <http://www.mediamonitor.nl/content.jsp?objectid=9831> (5 mei 2010)

Bezuinigingen

Geen enkel landelijk dagblad ontkomt nog aan bezuinigingen. Er wordt voornamelijk gekort op de grootste kostenpost, personeel. Zo schrapte de Persgroep Nederland in 2009 veertig banen op de redacties van Volkskrant en Trouw. Bij de Volkskrant verdwenen 20 van de 215 banen bij Trouw 17 van de 110²⁹. NRC Handelsblad kwam met een vrijwillige vertrekregeling³⁰ en probeerde zo gedwongen ontslagen te voorkomen³¹. Nieuwe journalisten worden, op een enkele uitzondering na, niet meer aangenomen. Het is een trieste ontwikkeling, want journalisten krijgen hierdoor een veel hogere werkdruk. De hoeveelheid werk blijft evenveel, maar moet met minder mankracht worden gedaan. Een simpel optelsommetje leert volgens mij dat dit leidt tot stres en verminderde creativiteit. Hoe veel talent een journalist vervolgens ook in zich heeft, deze factoren zijn alles behalve goed voor de kwaliteit.

Ook de bezuinigingen op de tweede grote post, de buitenlandredactie, hebben veel invloed op het uiteindelijke werk. Geld voor buitenlandreizen is er steeds minder en buitenlandcorrespondenten worden teruggeroepen naar eigen land. Het levensonderhoud, de vliegtickets en regionale vervoerskosten; het is allemaal te duur geworden. Rob Vreeken³² vertelde dat toen hij net werkte bij de Volkskrant er een correspondent was die met zijn hele gezin in het buitenland zat en werd onderhouden. *„Zelfs de school van de kinderen werd betaald. Dit was wel uitzonderlijk hoor, maar het geeft wel aan hoe ruim wij in die tijd, de jaren tachtig, in het vet zaten.”* Dat vet is er nu wel vanaf. De vraag is nu in hoeverre de Volkskrant en andere landelijke dagbladen nog wel kwaliteit kunnen blijven bieden, met al deze bezuinigingen.

Dat journalisten steeds minder zélf naar het buitenland mogen om daar verhalen te schrijven, maakt artikelen kwalitatief minder. Verhalen komen minder vaak uit eerste hand en de journalist wordt voor zijn verhaal steeds afhankelijker van informatie van derden, zoals persbureaus en hulporganisaties. Een bedreigende ontwikkeling, want dit kan de onafhankelijkheid van de journalistiek flink aantasten. In het boek *‘De krant moet kiezen’*³³ stellen Warna Oosterbaan en Hans Wansink dan ook terecht dat het de ambitie van kwaliteitskranten moet zijn om een net van buitenlandcorrespondenten in stand te houden. Kranten zouden volgens hen voortdurend moeten investeren in de deskundigheid en het talent van hun redacties. Dat is nodig om de onafhankelijkheid te waarborgen, maar volgens de auteurs

²⁹ Redactie economie, Banen weg bij De Persgroep, *NRC Handelsblad* (7 december 2009)

³⁰ Villa Media, 'Vrijwillige vertrekregeling bij NRC' <http://www.villamedia.nl/nieuws/bericht/vrijwillige-vertrekregeling-bij-nrc/48862/> (10 augustus 2010)

³¹ Dekker Wilco en Keuning Wouter, 'NRC worstelt met verandering' http://www.volkskrant.nl/binnenland/article1385532.ece/NRC_worstelt_met_verandering (10 augustus 2010)

³² Rob Vreeken, buitenlandredacteur De Volkskrant (interview 14-06-2010)

³³ Oosterbaan, W. Wansink, H. (2008) *De krant moet kiezen De toekomst van de kwaliteitsjournalistiek* (Amsterdam, Prometheus)

vooral ook om de steeds complexer wordende wereld te kunnen volgen, begrijpen en verhelderen.

Internet en gratis kranten

De financiële crisis zorgt dus voor veel bezuinigingen, en heeft daardoor een negatieve impact op berichtgeving over OS. Tegelijkertijd doet zich nog een ontwikkeling voor in de dagbladsector; de opkomst van nieuwe media zoals internet. Deze won binnen korte tijd enorm veel populariteit bij het publiek en biedt kranten ook nieuwe perspectieven. Internet geeft de mogelijkheid om tekst, foto's en filmpjes naast elkaar te gebruiken, maar ook een onbeperkte hoeveelheid ruimte³⁴. Daarnaast is het nieuws door de brede en snelle toegankelijkheid van het internet, veel sneller bereikbaar voor een veel groter publiek. Dagbladen zouden de klappen die ze de afgelopen jaren hebben opgelopen kunnen opvangen door juist hierin te gaan investeren. Kranten realiseren zich dit ook en doen hun best en manifesteren zich steeds meer op 'het net'. NRC Handelsblad was als koploper al in 1995 online³⁵. Sinds 2002 hebben alle kranten een website en is 'het net' onder journalisten volledig geaccepteerd als nieuw cross mediaal medium³⁶.

Kranten zijn al jarenlang actief op internet, en je zou mogen verwachten dat zij hier inmiddels al redelijk wat succes hebben geboekt. Het tegendeel is helaas waar. Kranten verliezen juist veel lezers aan het internet³⁷. Hieronder zie je een overzicht van het veranderende mediagebruik vanaf 1995 tot 2005, gemaakt door het Stimuleringsfonds voor de Pers. Het geeft een goed beeld van de groeiende populariteit van internet in die periode.

Mediagebruik door Nederlandse bevolking van 12 jaar en ouder ³⁸			
Uren per week	1995	2000	2005
Gedrukte media	4,6	3,9	3,8
Computer	0,9	1,8	3,8
Televisie	12,4	12,4	10,8
Audio	0,8	0,8	0,5

In 2010 deed Het Nederlandse kenniscentrum voor televisiereclame (SPOT) een onderzoek naar het mediagebruik van de Nederlandse bevolking tussen de 20 en 65 jaar. Als je deze cijfers naast

³⁴ Van Wijk, K. (2005) *De media-explosie Trends en issues in massacommunicatie* (Den Haag, Sdu Uitgevers bv.)

³⁵ Bardoel, J. Bierhoff, J. (1997) *Media in Nederland feiten en structuren* (Groningen, Wolters-Noordhoff)

³⁶ Van Es Henk, Onderzoek journalistiek en internet: een samenvatting <http://www.nvi.nl/internetonderzoek/journalistiek-en-internet-samenvatting.html> (17 mei 2010)

³⁷ Sociaal Cultureel Planbureau, 'Achter de schermen'

http://www.scp.nl/Publicaties/Alle_publicaties/Publicaties_2004/Achter_de_schermen/Persbericht_Achter_de_schermen (22-05-2011)

³⁸ Stimuleringsfonds voor de Pers (2007) *De krant doorgeklikt Innovatie en transformatie in de dagbladpers* (Apeldoorn/ Antwerpen, Het Spinhuis)

bovenstaande legt, zie je goed dat internet steeds populairder wordt. Ook valt uit dit onderzoek op dat het aantal uren dat per week besteedt wordt aan gedrukte media, nog steeds afneemt

Mediagebruik door Nederlandse bevolking tussen de 20 en 65 jaar in 2010 ³⁹	
Uren per week	2010
Gedrukte media	3,5
Computer	10,8 (internet: 9,3) (games: 1,5)

Een groot deel van de nieuwssites die worden gekozen als alternatief voor kranten investeren zelf nauwelijks, maar verdienen wel aan nieuws dat door dagbladen is geproduceerd.

Bijvoorbeeld door teksten te herschrijven en te plaatsen of door het maken van links naar krantensites. De dagbladjournalistiek speelt dus nog wel steeds een belangrijke rol in de informatievoorziening van de maatschappij⁴⁰, maar heeft hier zelf steeds minder aan. Ze wordt vooral gebruikt en kan hier niet van blijven bestaan.

Journalist Jan Benjamin stelt in een artikel in NRC Handelsblad⁴¹ dat kranten nog steeds geen goede manier gevonden hebben om aan internet te verdienen. Dit is jammer want volgens een onderzoek van Pricewaterhouse Coopers en de World Association of Newspapers⁴², zijn lezers namelijk best bereid om te betalen voor online artikelen. Het gaat dan wel om achtergrondartikelen en niet om de korte nieuwsberichten. Deze zijn namelijk gratis op veel websites te vinden en waarom zou je hiervoor geld neerleggen als je ze ook zo kunt zien? Door het gebrek aan een deugdelijk betaalsysteem verdienen kranten niet veel aan de artikelen die ze online zetten. Ook adverteerders blijken op internet niet meer trouw aan de krant. Met de keuze tussen tientallen andere sites om hun advertentie te plaatsen, stappen ze makkelijker over.

Geen redmiddel

Het internet is zeker nog geen redmiddel voor de gevolgen van de bezuinigingen in de dagbladsector. Sterker nog; het internet lijkt de dagbladsector eerder te nekken dan te helpen. Maar er kleven nog meer nadelen aan het net. Doordat iedereen onbeperkt informatie op internet kan zetten komt een enorme berg gegevens wereldwijd beschikbaar. Wie heel eenvoudig via Google zoekt naar 'nieuws', stuit op honderden nieuwssites. Het is aan ons om uit

³⁹ Het Nederlandse kenniscentrum voor televisiereclame (SPOT) http://www.spot-interactive.nl/downloads/Alles_over_tijd_2010.pdf (27-05-2011)

⁴⁰ Meijers, J. *Ontwikkeling in de journalistiek Een exploratief onderzoek naar opvattingen over ontwikkelingssamenwerking op Nederlandse nieuwsredacties* (2006) Radboud Universiteit Nijmegen

⁴¹ Benjamin Jan, Krantenwereld op zoek naar de heilige graal, *NRC Handelsblad* (11 maart 2010)

⁴² Brouwer, E Van der Donk, M. *De transitie naar digitale Proposities in de krantenindustrie Onderzoek naar de betalingsbereidheid van consumenten* (2010) PricewaterhouseCoopers in opdracht van het Stimuleringsfonds voor de Pers

deze berg informatie juist dat te vinden dat we zochten. Onderzoeksjournalist Nick Davies⁴³ stelt dat we aan het begin staan van een tijdperk van 'informatiechaos'. Oftewel; een steeds grotere hoeveelheid informatie komt beschikbaar, maar ons vermogen om de betrouwbaarheid daarvan vast te stellen neemt af. Internet zou hierdoor kunnen leiden tot een onevenwichtig beeld van de werkelijkheid: we weten niet meer wat we wel of niet kunnen vertrouwen.

Uiteindelijk zal dit leiden tot een onrealistisch beeld van de werkelijkheid. Dat deze ontwikkeling onvermijdelijk is, wordt bevestigd door een artikel van Jan van Groesen⁴⁴, voorzitter van de stichting Media-Ombudsman Nederland. Hij stelt dat internetgebruikers geregeld websites en artikelen negeren die niet bij hun interesse aansluiten. Ook dit leidt tot een onrealistisch beeld van de werkelijkheid, hetzij een beperkt wereldbeeld. Dit is zorgelijk want een goed beeld van de wereld is erg belangrijk: het bepaalt namelijk hoe jij je gedraagt en uiteindelijk functioneert binnen een samenleving. Een gebrekkig beeld van je omgeving kan daarnaast ook schadelijk zijn voor de democratie. Volgens Van Groesen kan de neiging van de mens om alleen stukken te openen die aansluiten bij de eigen interesse leiden tot gebrek aan begrip, miscommunicatie en uiteindelijk tot intolerantie en polarisatie.

Maar welke gevolgen heeft de selectieve manier van nieuwsgaring op berichtgeving over OS? Als we doorgaan op Van Groesens stelling, lijkt het erop dat artikelen over OS straks nog maar door een beperkt groepje worden gelezen. Hij denkt namelijk dat de dagbladsector gaat verdwijnen en de nieuwsvoorziening steeds meer gaat plaatsvinden via internet. Wanneer er op internet gezocht wordt naar nieuws sluit dit meestal aan op de persoonlijke interesse. Van Groessen denkt dat er 'communities' gevormd gaan worden op het net, waarin over specifieke onderwerpen berichten worden geplaatst. Berichtgeving over OS wordt dan alleen gelezen door mensen die daar echt interesse in hebben. Als we verder doorgaan op de zienswijze van Davies, lijkt het erop dat berichtgeving over OS zal verdwijnen in een wirwar van informatie. Stukken over het onderwerp zullen wel bekeken worden, maar vooral als het toevallig voorbij komt via zoekmachines of bekende nieuwssites. Berichtgeving over OS wordt dan afhankelijk van de vindbaarheid op het net. Zowel de zienswijze van Davies als die van Van Groesen, geven berichtgeving over OS geen positief toekomstperspectief. Beiden leiden namelijk tot een onevenwichtig beeld van de werkelijkheid.

⁴³ Davies, N. (2009) Flat Earth News An Award-Winning Reporter Exposes Falsehood, Distortion And Propaganda In The Global Media (London, Chatto & Windus)

⁴⁴ Van Groesen Jan, De juiste vraag is: wat is nieuws?, Volkskrant (28 september 2009)

Conclusie

De economische crisis heeft een enorme negatieve impact op de dagbladsector; lezers lopen weg en advertentie inkomsten slinken. Deze enorme kracht lijkt de sector beetje bij beetje onderuit te trekken. Lezers en adverteerders trekken weg, waardoor dagbladen inkomsten mislopen. Fikse bezuinigingen zijn het gevolg; arbeidsplaatsen verdwijnen net als het budget voor correspondenten. Voor kwalitatief goede berichtgeving over OS betekent dit een strop die klaarligt.

De komst van het internet leek een mooie oplossing voor de nadelige gevolgen van de financiële crisis, maar niets is minder waar. De komst van het internet lijkt nog veel bedreigender dan de economische crisis. Er is nog minder ruimte voor het schrijven van goede artikelen omdat steeds meer lezers wegtrekken richting het net. Een deugdelijk betaalsysteem voor hun websites hebben kranten nog niet gevonden, dus hun budget wordt alleen maar kleiner. Ook op adverteerders verdienen kranten online nog niet zoveel; deze stappen gemakkelijker over naar andere websites, die goedkoper zijn en evenveel gelezen worden. Tegelijkertijd brengt internet nog een bedreiging met zich mee; namelijk dat de gebruiker zich, door de veelheid aan informatie, geen goed beeld van de werkelijkheid kan vormen. Er dreigt een 'informatiechaos' stelt onderzoeker Nick Davies. In de wirwar van informatie kunnen we de betrouwbaarheid van stukken niet meer bepalen. Het mag duidelijk zijn; de strop voor kwalitatief goede berichtgeving over OS wordt steeds verder aangetrokken.

Hoofdstuk 4

Wat vinden journalisten van berichtgeving over OS en is hun vak door de financiële crisis vatbaarder voor PR?

Al maanden droomde Ab Jansen⁴⁵, buitenlandredacteur bij het Reformatorisch Dagblad van een reis naar Sri Lanka. Hij wilde niets liever dan een uitgebreid artikel schrijven over de Tamils in dat land. Toch kreeg hij dit telkens niet voor elkaar. Op de buitenlandredactie werd flink bezuinigd en een persreis leek hierdoor onmogelijk. Totdat Jansen om tafel ging met ZOA Vluchtelingenzorg, die net als hij meer aandacht wilde voor de Tamils in Sri Lanka.

Hoewel Jansen normaal gesproken liever zelf de reis betaalt, ging hij toch in op het aanbod van de organisatie om de helft te betalen: „Zonder hun hulp was er helemaal geen verhaal over de Tamils gekomen.” De bezuinigingen dwongen de redacteur om zich in te laten met een hulporganisatie en het lijkt mij niet onwaarschijnlijk dat dit vaker gebeurt in de journalistiek. In dit hoofdstuk kijk ik of journalisten vanwege de bezuinigingen vatbaarder zijn geworden voor PR, maar ook hoe journalisten zelf aankijken tegen de hulpverslaggeving. Geven zij berichtgeving over OS nog wel een voldoende?

Scoringsdrang

Freelancejournalist Gerbert van der Aa⁴⁶ is er duidelijk over: die voldoende gaat er niet komen. Artikelen over OS worden veel te vaak aangedikt en zijn daardoor niet altijd waarheidsgetrouw. Journalisten zouden hun stukken geregeld extra smeugig maken om te scoren: „Toen ik nog niet werkzaam was als journalist werkte ik een tijdje als landeskundige Algerije bij Amnesty. Ik werd hier geregeld geïnterviewd door journalisten en merkte dat ik voortdurend verkeerd geciteerd werd. Ook bewust. Sommige journalisten waren echt uit op een goede quote. Volgens mij is dit alleen maar meer geworden nu de dagbladen onder druk staan.” De journalist zegt ook dat journalisten door de economische crisis steeds volgzamer zijn geworden en informatie van elkaar steeds gemakkelijker overnemen. De Volkskrant zou zo gemakkelijk informatie overnemen van het NRC en deze krant zou op haar beurt weer de BBC en Washington volgen. „Laatst zag ik dit nog toen BBC Nigeria de zesde grootste olieproducent ter wereld noemde, dit is in werkelijkheid de dertiende. Even zag ik dit ook terug bij het NRC en later ook bij de Volkskrant.”

Het aandikken van nieuws is volgens publicist Jan van Groesen⁴⁷ behoorlijk toegenomen sinds het minder gaat in de dagbladsector. Volgens hem achtte de dagbladsector de opkomst van

⁴⁵ Ab Jansen, buitenlandredacteur Reformatorisch Dagblad (interview 3-06-2010)

⁴⁶ Gerbert van der Aa, freelancer voor o.a. NRC Handelsblad en Elsevier, schrijft veel over OS (interview 16-06-2010)

⁴⁷ Van Groesen Jan, De juiste vraag is: wat is nieuws?, Volkskrant (28 september 2009)

digitale media zo bedreigend dat men te gemakkelijk is meegegaan in de hype van entertainment, sensatie en verhuftering. Aandacht voor het serieuze nieuws zou al deels ingewisseld zijn voor kopieergedrag van weetjes die meer met roddels dan met nieuws te maken hebben. In het artikel *'We belazeren elkaar met gemanipuleerd nieuws'* stelt Van der Land⁴⁸ dat artikelen over OS steeds vaker met extra drama wordt gebracht. Zodra het om ellendig nieuws gaat zou het ook wat ellendiger gebracht worden. Vaker moet de vraag gesteld worden of al dat drama wel terecht is en of de situatie in Afrika echt zo 'nijpend' is, en 'steeds erger' wordt als we niet snel in actie komen?" Volgens de publicist is het credo bij veel journalisten 'goed nieuws is geen nieuws'. Freelancer Gerbert van der Aa⁴⁹ deelt deze mening: „Afrika is wel meer dan alleen maar rampspoed, maar in kranten en tijdschriften lees je bijna niet anders of het gaat slecht. Terwijl uit statistieken blijkt dat nog geen half procent van alle Afrikanen door hongersnood wordt bedreigd of als vluchteling leeft."

Servicejournalistiek

De toenemende scoringsdrang betekent dat journalisten steeds meer hun best doen om aan te sluiten bij de wensen van de doelgroep. Artikelen moeten interessanter worden om te lezen nu lezers steeds gemakkelijker overstappen naar andere kranten en internet. In het boek *'De crisis karavaan'*⁵⁰ zegt Pieter Broertjes, hoofdredacteur van De Volkskrant, dat zijn krant elk uur vier abonnees verliest. Hij stelt dat de drang om te scoren hierdoor hoger is geworden. Volgens de schrijfster van het boek, Linda Polman, heeft dit een enorme impact op berichtgeving over OS. Om te voorkomen dat mensen aan het 'heb-ik-al-gezien syndroom' gaan lijden zouden journalisten de ellende vaak afschilderen in de overtreffende trap.

Peter Vasterman⁵¹, docent massacommunicatie aan de Hogeschool van Utrecht, herkent dit probleem. Hij ziet dat de ontwikkelingen in de dagbladsector ervoor zorgen dat kranten meer hun best doen om te presteren. Steeds vaker worden artikelen hierdoor extra leuk gemaakt voor de lezer. Het gaat niet meer om de pure informatieoverdracht waarbij de lezer op de hoogte wordt gehouden van wat er speelt. Het gaat erom wat de lezer graag wil horen. Vasterman stelt dat een nieuwe vorm van journalistiek zich ontwikkelt; 'service-journalistiek'. De journalist zou de lezer op haar wenken bedienen. Het grote risico van deze vorm van journalistiek is dat het algemeen maatschappelijk belang geen hoofdrol meer speelt, aldus Vasterman. Het is niet meer belangrijk of het nieuws dat je naar buiten wilt brengen een maatschappelijk belang heeft. Als

⁴⁸ Menno van der Land studeerde politicologie, werkt op het ministerie Binnenlandse Zaken en Koninklijksrelaties en publiceert geregeld stukken in verscheidene landelijke dagbladen.

⁴⁹ Gerbert van der Aa, freelancer voor o.a. NRC Handelsblad en Elsevier, schrijft veel over OS (interview 16-06-2010)

⁵⁰ Polman, L. (2008) *De crisis karavaan achter de schermen van de noodhulpindustrie* (Amsterdam, Uitgeverij Balans)

⁵¹ Bardoel, J. Bierhoff, J. (1997) *Media in Nederland feiten en structuren* (Groningen, Wolters-Noordhoff)

een bericht de ontvanger onwelgevallig is, zal het niet worden geplaatst. Dit betekent dat wanneer er weinig interesse is voor OS, er ook weinig over geschreven wordt.

Jan van Groesen⁵² zegt in een artikel in De Volkskrant dat de kwaliteit van berichtgeving hierdoor behoorlijk minder wordt. Hij vindt het spijtig dat kranten willen verdienen door het nieuws op een sensationelere wijze te brengen. Van Groesen gelooft niet dat dit dé oplossing is. Kranten zouden hier juist alleen maar op achteruitgaan terwijl kwaliteit bieden het enige is waarmee kranten écht vooruit gaan. Kwaliteit is het verdienmodel bij uitstek, stelt hij. Het zijn zijn mooie woorden die Van Groesen predikt, maar de druk waaronder journalisten werken wordt alleen maar groter en groter.

Meegaand

Tijd voor verdieping wordt door de financiële crisis steeds schaarser en de verleiding om snel te scoren met een eenvoudig verhaal groeit. Voor journalisten wordt het hierdoor steeds aantrekkelijker om informatie van een hulporganisatie over te nemen of mee te gaan met een persreis zoals RD-redacteur Jansen. „*Journalisten laten zich nu steeds vaker in met hulporganisaties*”, zegt freelancejournalist Gerbert van der Aa⁵³. Hij begrijpt deze ontwikkeling wel, maar is er niet heel positief over: „*Het was beter geweest als ze dit niet deden want het leidt veel te vaak tot bevooroordeelde artikelen. Hulporganisaties doen altijd hun uiterste best om goed naar voren te komen in een artikel. Ze houden niet van kritische stukken. Zo schreef ik een tijdje terug waarom een krant die was opgezet met steun van ICCO ten onder was gegaan. Hier waren ze niet blij mee*” Journalisten die er een beetje gevoelig voor zijn, zouden gemakkelijk informatie overnemen van hulporganisaties. Als een journalist meegaat met een persreis zou zij hier alleen maar vatbaarder voor worden.

Ook journaliste Femke van Zeijl⁵⁴ vindt dat journalisten erg meegaand zijn met hulporganisaties. Volgens Van Zeijl heeft deze ‘volgzaamheid’ nadelige gevolgen voor de journalist die wel een eigen verhaal wil maken: „*Verhalen van persreizen zijn goedkoop en aantrekkelijk voor kranten en afnemers, zeker met de economische crisis. De ‘echte’ journalist wordt hiervan de dupe; en kan haar verhalen minder makkelijk slijten.*” Over de kwaliteit van persreis-verhalen is Van Zeijl helder; deze kan nooit zo goed zijn als een verhaal gebaseerd op een zelfstandige reis. Toch deed ze het zelf aan het begin van haar journalistieke carrière ook. Ze ging mee met een persreis van Unicef. Ze heeft er een onvoldaan gevoel aan over gehouden. „*Steeds sterker kreeg ik het idee dat ik slechts één dimensie had vastgelegd van een samenleving die veel meer diepte heeft. Dat is het*

⁵² Van Groesen Jan, De juiste vraag is: wat is nieuws?, *Volkskrant* (28 september 2009)

⁵³ Gerbert van der Aa, freelancer voor o.a. NRC Handelsblad en Elsevier, schrijft veel over OS (interview 16-06-2010)

⁵⁴ Femke van Zeijl, freelancer voor o.a. NRC Handelsblad, Opzij en Vrij Nederland, schrijft veel over OS (interview 21-06-2010)

effect van ingevlogen worden in een land dat je niet kent, om vervolgens met een journalistieke tunnelvisie achter een ‘verhaal’ aan te gaan”, aldus de journaliste. „ Als je meegaat met een hulporganisatie ga je uit van een probleem. Want zij zitten daar natuurlijk niet voor niets.”

Journalist Menno van der Land⁵⁵ vindt dat journalisten zich door de economische crisis steeds gemakkelijker inlaten met hulporganisaties. Journalisten zouden volgens hem niet zomaar alles mogen aannemen, maar moeten zelf de regie in handen blijven houden. Hij zegt dat journalisten geen kritiekloos artikel mogen schrijven waarin ze onverkort overschrijven wat de hulporganisatie beweert. Wel vindt hij dat, als journalisten noodgedwongen samenwerken met hulporganisaties, deze best naar voren mogen komen in het uiteindelijke artikel. Voor wat, hoort wat, maar wel tot op een zekere hoogte, stelt hij in een artikel in NRC Handelsblad. Hierbij moeten natuurlijk wel bepaalde grenzen bewaakt worden. Natuurlijk mag je een hulporganisatie gebruiken als bron vindt hij, maar deze moet net als iedere bron goed gecheckt worden.

Dat journalisten gemakkelijk gebruik maken van informatie van hulporganisaties blijkt ook uit het onderzoek van Jaap Meijers⁵⁶. Hij bekeek het brongebruik van journalisten bij berichtgeving over OS en hieruit bleek dat hulporganisaties hoog scoorden. Zij stonden op de tweede plek, achter de persbureaus die met stip bovenaan stonden. (zie onderstaande tabel) Verder bleek uit het onderzoek dat de meerderheid van de journalisten (63%) het contact met hulporganisaties erg nuttig vindt.

Bronnen + percentage dat aangeeft gebruik te maken van deze bron

<i>Aanbod van persbureaus</i>	<i>88%</i>
<i>Hulp- en ontwikkelingsorganisaties</i>	<i>62%</i>
<i>Buitenlandse kranten (online)</i>	<i>57%</i>
<i>Ministerie BuZa/OS</i>	<i>53%</i>
<i>Correspondenten</i>	<i>51%</i>
<i>Gesprekken met collega's</i>	<i>47%</i>
<i>Websites over het onderwerp</i>	<i>46%</i>
<i>Deskundigen van universiteiten</i>	<i>45%</i>
<i>Buitenlandse kranten (papier)</i>	<i>41%</i>
<i>Boeken</i>	<i>26%</i>
<i>Tijdschriften</i>	<i>25%</i>

⁵⁵ Van der Land, Menno, We belazeren elkaar met gemanipuleerd nieuws over ontwikkelingshulp, NRC Handelsblad (17 november 2008)

⁵⁶ Meijers, J. Ontwikkeling in de journalistiek Een exploratief onderzoek naar opvattingen over ontwikkelingssamenwerking op Nederlandse nieuwsredacties (2006) Radboud Universiteit Nijmegen

Alleen meegaand door economische crisis?

Eigenlijk alle journalisten die ik interviewde, of waar ik stukken van las, stelden dat hun vakgenoten veel te meegaand zijn met hulporganisaties. Het was een stelling die voor velen als een paal boven water stond en waar niet aan getwijfeld hoefde te worden. Wanneer ik keek of dit misschien kwam door de economische crisis vond ik altijd een bevestigend antwoord, maar al snel kreeg ik het vermoeden dat er nog meer een rol speelde. De crisis werd weliswaar vaak aangewezen als oorzaak, maar de kritiek en de ontevredenheid op de meegaande houding, leek er al veel langer te zitten.

Mijn vermoeden werd sterker toen ik het boek *'De crisis karavaan'* van Linda Polman⁵⁷ nog eens kritisch bekeek. Het is een boek dat nu veel waardering vindt in de Nederlandse journalistiek en de verhouding tussen journalisten en hulporganisaties sterk veroordeeld. Volgens Polman treden haar vakgenoten nú veel te vaak op als volgelingen van hulpverleners en niet als onafhankelijke journalisten. Opvallend genoeg baseert Polman haar uitspraken niet op heel recente gegevens, maar op gebeurtenissen uit het verleden. Zo vertelt ze over de genocide in Rwanda, midden jaren negentig, waarbij Artsen Zonder Grenzen de slachtoffers probeerde te steunen. De hulporganisatie had veel contact met journalisten en probeerde via hen meer aandacht te vestigen op de problematiek. Artsen Zonder Grenzen ging vervolgens sterk overdrijven over het aantal slachtoffers, maar journalisten zouden deze informatie hebben geslikt als zoete koek.

Het boek bevestigde wat ik al vermoedde; de felle kritiek op de meegaande houding van journalisten kwam niet alleen door de crisis. Extra bevestigend was het gegeven dat het boek stelt dat journalisten nú erg meegaand zijn, maar toch met oude bewijzen komt opdraven en daarmee wegkomt. Journalisten omarmen dit boek doorgaans en als ik kort terugblik op de geschiedenis van berichtgeving over OS vind ik dit niet meer dan logisch.⁵⁸ Zo zie je dat er in de jaren zeventig en tachtig een hele nauwe samenwerking was tussen journalisten en hulporganisaties. Persreizen waren normaal en persberichten werden gemakkelijk overgenomen. Vanaf de jaren negentig zie je dit sterk veranderen en neemt de kritiek op deze meegaande houding steeds meer toe. Journalisten hechten steeds meer aan hun onafhankelijkheid en veroordelen de nauwe samenwerking met hulporganisaties steeds sterker. Een trend die zich nu nog steeds voortzet. Hoewel ik hier geen keiharde bewijzen voor heb, lijkt dit te bevestigen dat journalisten vooral fel zijn als gevolg van een langer bestaand gevoel van

⁵⁷ Polman, L. (2008) *De crisis karavaan achter de schermen van de noodhulpindustrie* (Amsterdam, Uitgeverij Balans)

⁵⁸ Berends, H. Broere, M. Galesloot, H. (2004) *De bewogen beweging* (Amsterdam, KIT publishers)

ongenoegen. In het volgende hoofdstuk ga ik uitgebreider in op de geschiedenis van berichtgeving over OS

Werkelijkheid

Volgens journaliste Femke van Zeijl⁵⁹ zorgt de nauwe band tussen hulporganisaties en journalisten voor vertekende berichtgeving. Het beeld dat journalisten schetsen over OS zou hierdoor meer overeenkomen met de visie van de hulporganisatie dan met de werkelijkheid. Freelancer Gerbert van der Aa herkent dit: „*Er is maar weinig aandacht voor wat ‘moeilijkere’ onderwerpen, bijvoorbeeld hoe lastig het is om ontwikkelingsgeld goed te besteden. Veel aandacht gaat uit naar de ‘mooie kanten’ van OS, zoals geslaagde ontwikkelingsprojecten. Of naar de noodzaak van deze projecten.*” Dit zijn ook de onderwerpen waar hulporganisaties graag aandacht aan willen besteden. Volgens Van der Aa zou het niet verkeerd zijn als journalisten eens wat kritischer naar het werk van hulporganisaties keken. Het totaalbeeld zou een belangrijkere rol moeten gaan spelen.

Het is voor een journalist nog behoorlijk lastig om een goed artikel te schrijven over OS. Niet alleen vanwege de toenemende werkdruk die journalisten ervaren, maar ook vanwege het onderwerp zelf.⁶⁰ Internationale vraagstukken en OS zijn vaak erg gecompliceerd en veelomvattend. Hierdoor is het nog best lastig om een goed en volledig beeld te schetsen. Een goed artikel kost de journalist tijd voor verdieping, en vraagt ruimte in de krant. Beide zijn schaars met als gevolg dat gecompliceerde onderwerpen vaak in een paar zinnen worden uitgelegd⁶¹. Het is hierdoor lastig om goed te vertellen hoe problemen precies ontstaan en welke oplossingen het beste werken. Veel minder tijdrovend is het gebruik van informatie van hulporganisaties.

Journalist Bram Vermeulen stelt in ‘*Het maakbare nieuws*’⁶² dat de complexiteit van het onderwerp, het journalisten nog best lastig maakt om goed de achtergronden in kaart te brengen. In het boek benadrukt hij dat het voor correspondenten dan ook meer gaat om ‘eigenwijze berichtgeving’ en ‘verhalen met een ‘smoel’. Volgens hem moet de buitenlandcorrespondent twijfel zaaien, clichés doorprikken die er over die verre landen bestaan en afrekenen met vooroordelen. Volgens Vermeulen is de beeldvorming van landen ver van ons vandaan zonder buitenlandcorrespondent in handen van hulporganisaties, regeringen

⁵⁹ Femke van Zeijl, freelancer voor o.a. NRC Handelsblad, Opzij en Vrij Nederland, schrijft veel over OS (interview 21-06-2010)

⁶⁰ Berends, H. Broere, M. Galesloot, H. (2004) *De bewogen beweging* (Amsterdam, KIT publishers)

⁶¹ Meijers, J. *Ontwikkeling in de journalistiek Een exploratief onderzoek naar opvattingen over ontwikkelingssamenwerking op Nederlandse nieuwsredacties* (2006) Radboud Universiteit Nijmegen

⁶² Van Hoogstraten, M. Jinek, E. (2008) *Het maakbare nieuws Antwoord op Joris Luyendijk- buitenlandcorrespondenten over hun werk* (Amsterdam, Uitgeverij Balans)

en persbureaus. We zouden zonder buitenlandcorrespondent geld inzamelen voor Afrikaanse drama's die we niet begrijpen.

Een gebrek aan tijd of de complexiteit van een onderwerp, zou geen excuus mogen zijn voor een journalist om minder haar best te doen. Of om bijvoorbeeld sneller informatie van hulporganisaties en persvoorlichters over te nemen. Terecht stelt journaliste Femke van Zeijl dat journalisten altijd hun best moeten doen voor waarheidsvinding, ook al hebben ze een beperking in tijd en bewegingsvrijheid. Een journalist zou volgens haar zo professioneel moeten zijn, dat ze met deze beperking weet om te gaan. Optimistisch over de huidige journalistiek is Van Zeijl⁶³ helaas niet. Volgens haar kiezen journalisten soms ook tegen beter weten in voor de makkelijkste weg en schetsen bewust een eenzijdig beeld. „*Wij zijn als journalisten niet onschuldig*”, stelt ze, *maar moeten ons bewuster worden van onze selectieprocessen.*”

Conclusie

Het mag duidelijk zijn; journalisten geven berichtgeving over OS geen voldoende. Artikelen worden volgens journalisten veel te vaak aangedikt in de hoop op deze manier te kunnen scoren. Door de financiële crisis zouden journalisten steeds meer rekening gaan houden met hun doelgroep en ontstaat er een vorm van service-journalistiek. De verkoopcijfers van het artikel zijn belangrijker aan het worden dan de inhoud. Je ziet dat het tegelijkertijd voor journalisten extra aantrekkelijk wordt om in te gaan op aanbiedingen en persreizen van hulporganisaties. Maar de crisis is niet de enige reden dat journalisten erg kritisch zijn op de meegaande houding van hun vakgenoten. Volgens mij speelt ook een ouder gevoel van ongenoegen een rol. Desalniettemin is het niet goed als journalisten zich al te gemakkelijk inlaten met hulporganisaties. Als informatie uit één hoek komt, loert altijd het gevaar een eenzijdig beeld van de werkelijkheid te schetsen. Dit is nu het geval en het lijkt er niet op dat dit korte termijn gaat veranderen.

⁶³ Femke van Zeijl, freelancer voor o.a. NRC Handelsblad, Opzij en Vrij Nederland, schrijft veel over OS (interview 21-06-2010)

Hoofdstuk 5

Doen hulporganisaties meer hun best om in de media te komen?

Bij Oxfam Novib baalt persvoorlichter Ruud Huurman⁶⁴. Zijn organisatie heeft vanwege bezuinigingen een aantal van haar programma's moeten stopzetten. Tot voor kort konden ze hun partners prima helpen want het geldkraantje stroomde aardig, maar dat is nu veranderd. Nu zitten hun partners noodgedwongen zonder steun. „*Dat is jammer en het zou mooi zijn als mensen meer inzicht krijgen in ons werk, en begrepen hoe complex ons werk in elkaar zit. Dan is het niet meer dan logisch hierin tijd en geld te investeren.*”

Oxfam Novib is slechts een van de vele organisaties die is getroffen door de economische crisis. Ze hebben minder geld beschikbaar doordat flink wordt bezuinigd door de overheid en particulieren. Voor hulporganisaties is dit funest, want zij moeten hulp stopzetten. Een ramp want zoals AD laatst kopte; „*Deze bezuinigingen kosten levens in Afrika*”.⁶⁵ Hulporganisaties hebben belang bij het vragen van extra aandacht voor hun werk. In dit hoofdstuk onderzoek ik in hoeverre ze nu meer hun best doen om in de media te komen.

Bezuinigingen in de OS

Er wordt minder geld aan hulporganisaties gedoneerd dan vroeger. Met name de afgelopen jaren zien zij steeds minder spontane giften binnenkomen. De financiële crisis heeft ervoor gezorgd dat mensen minder zijn gaan uitgeven en meer zijn gaan sparen. Een donatie aan een hulporganisatie is vaak een van de eerste posten waarop bespaard wordt. Logisch, want van een gift ziet de gever vaak niet direct zelf iets terug⁶⁶. Voor hulporganisaties betekent dit wel dat zij aardig wat geld mislopen en moeten korten op hun werkzaamheden. Toch kwam de grootste klap voor de OS-sector niet hierdoor, maar door bezuinigingen van de overheid.

Ieder jaar besteedt de Nederlandse overheid 0,8% van haar bruto binnenlands product aan ontwikkelingssamenwerking. Het overgrote deel van dit geld gaat rechtstreeks naar hulporganisaties en het is een grote bron van inkomsten voor de sector⁶⁷. Met name voor de organisaties Cordaid, ICCO, Hivos en Oxfam Novib, want zij ontvangen het meeste geld⁶⁸. Maar door de economische crisis is het bbp van Nederland lager en gaat er minder geld van de

⁶⁴ Ruud Huurman, persvoorlichter bij Oxfam Novib (interview 13-05-2011)

⁶⁵ Veldhuijzen Axel, Vogels Peet, Ontwikkelingssamenwerking als eerste de dupe van de crisis 'Deze bezuiniging kost levens in Afrika' Algemeen Dagblad (19 september 2009)

⁶⁶ Doorman Frans, Laat het aan professionals over; *Ontwikkelingssamenwerking Een taak voor de lokale middenklasse of voor deskundigen?*, NRC Handelsblad (4 april 2008)

⁶⁷ Lagas Teun, Hulpbudget straks niet nog eens korten Trouw (16 september 2009)

⁶⁸ Redactie De Volkskrant, 'Efficient met hulp' http://opinie.volkskrant.nl/artikel/show/id/4622/Effici%C3%ABnt_met_hulp (16-05-2011)

overheid naar hulporganisaties. In 2010 kwam de grootste klap voor de OS; er was 550 miljoen euro minder beschikbaar dan in 2009. Dit had ingrijpende gevolgen: ruim dertig organisaties die altijd geld van de overheid ontvingen kregen nu niets meer. En de organisaties die het nog wel kregen moesten flink bezuinigen en reorganiseren.

Het was een flinke klap voor hulporganisaties en nog steeds voelen ze de pijn van de bezuinigingen. Nog steeds moet vanwege kostenbesparingen hulp worden stopgezet. Hulporganisaties moeten mensen die hulp nodig hebben noodgedwongen een keihard nee verkopen. En het lijkt er voorlopig ook niet op dat het reeds gestopte werk wordt hervat. Het is niet meer dan logisch dat hulporganisaties willen dat hun werk juist nu meer bekendheid krijgt. Op die manier kan er meer begrip komen voor hun moeilijke positie en zou er mogelijk ook meer geld hun kant op kunnen komen. Pas dan kunnen ze weer meer mensen gaan helpen. Het lijkt voor de hand te liggen dat hulporganisaties daarom extra hun best doen om meer in de media te komen. Toch blijkt dit niet helemaal het geval.

„Journalisten houden er helemaal niet van als je ze constant lastig valt met nieuws over je organisatie”, zegt persvoorlichtster Evelyne van Lockhorst van ZOA vluchtelingen zorg⁶⁹. Volgens haar hebben journalisten het al druk genoeg en zitten ze niet te wachten op een hulporganisatie die telkens vraagt om aandacht. *„Natuurlijk wil ik graag mijn verhaal vertellen, maar ik probeer er ook op te letten dat ik journalisten niet te veel tijd en energie kost.”* Ook andere hulporganisaties weten dat journalisten het niet fijn vinden om intensief benaderd te worden en proberen hier rekening mee te houden. *„We doen ons best om onze perscontacten altijd zo functioneel mogelijk te houden”,* zegt Ruud Huurman van Oxfam Novib⁷⁰.

Kritische journalisten

Het lijkt misschien vreemd dat hulporganisaties geen keiharde PR-campagne aan het voeren zijn en niet hun uiterste best doen om maar zoveel mogelijk positief in het nieuws te komen. Vooral als je realiseert dat er grote belangen zijn vanuit de OS-sector; het werk staat onder druk en hulpbehoevenden dreigen de dupe te worden. Maar als je terugblijkt, lijkt de voorzichtige houding van hulporganisaties richting de pers eigenlijk vrij logisch. Het heeft te maken met de veranderende en steeds afstandelijker wordende verhouding tussen journalisten en hulporganisaties sinds de jaren negentig. Om dit nog wat beter te begrijpen neem ik een grotere

⁶⁹ Evelyne van Lockhorst, persvoorlichtster bij ZOA vluchtelingen zorg (interview 19-04-2011)

⁷⁰ Ruud Huurman, persvoorlichter bij Oxfam Novib (interview 13-05-2011)

stap terug in de tijd. Terug naar de periode dat journalisten en hulporganisaties nog dikke vrienden waren.

Het zijn de jaren zestig en journalisten schreven gretig over OS. Journalisten voelden een sterke betrokkenheid bij het onderwerp en dat kwam vooral doordat zich in deze periode zich steeds meer internationale banden ontwikkelden. Het is de tijd van de Koude Oorlog en de dekolonisatie in de derde wereld. Internationaal nieuws werd mede door deze oorlog steeds relevanter voor het Nederlandse publiek. Vanzelfsprekend waren deze onderwerpen erg geliefd op krantenredacties, aldus journalist Cees Hamelink⁷¹ in het boek *'De bewogen beweging'*. Het zou in de tweede helft van de jaren zestig nooit een vraag zijn of je een artikel of programma over ontwikkelingssamenwerking mocht maken. Het was vanzelfsprekend volgens Hamelink, omdat het bij de grote maatschappelijke vraagstukken van die tijd hoorde.

In de jaren zeventig ontstaan steeds meer hulporganisaties en groeit een nauw contact tussen journalisten en hulporganisaties. De behoefte om samen te werken aan een betere wereld was groter dan de behoefte om kritisch te kijken hoe die 'betere wereld' kon worden bereikt. Journalisten namen deze periode gemakkelijk informatie van organisaties over, zonder zorgvuldig te kijken of de hulp inderdaad wel goed terecht kwam, aldus Marc Broere in zijn boek *'De bewogen beweging'*. Journalist Nico Kussendrager zegt in hetzelfde boek dat het een tijd was waarin de journalistiek zich erg meegaand toonde. Journalistieke afstand was er nauwelijks. Het paste in de geest van de tijd. Iedereen had dezelfde doelstellingen: eerlijke grondstoffenprijzen, een rechtvaardiger economische orde en ruimte voor eigen ontwikkeling van Afrikaanse landen. Het was een vrij kritiekloze tijd, zegt de journalist en in het verlengde daarvan dus ook een tijd van vrij kritiekloze journalistiek.

Ook begin jaren tachtig is er in de gehele samenleving veel betrokkenheid bij de derde wereld en OS. Het aantal hulporganisaties blijft groeien en door gebrek aan onderlinge samenwerking, groeien ze uit tot elkaars concurrenten zegt Linda Polman in haar boek *'De crisis karavaan'*⁷². Om de ander een stapje voor te zijn, hielden hulporganisaties zich, vanaf eind jaren tachtig steeds meer bezig met PR. Hulporganisaties boden veel interessante en nieuwe informatie aan over de derde wereld en journalisten maakten hier wederom op grote schaal gretig gebruik van. Ook georganiseerde persreizen door hulporganisaties genoten veel populariteit bij journalisten.

⁷¹ Berends, H. Broere, M. Galesloot, H. (2004) *De bewogen beweging* (Amsterdam, KIT publishers)

⁷² Polman, L. (2008) *De crisis karavaan achter de schermen van de noodhulpindustrie* (Amsterdam, Uitgeverij Balans)

Volgens Marc Broere was er in de jaren zeventig en tachtig bij journalisten weinig kennis over de situatie in ontwikkelingslanden. Er zouden veel reportages gemaakt worden die de journalisten zelf ook niet snaptten of achteraf de plank volledig missloegen. Broere zegt dat het een tijd was waarin er vooral vanuit werd gegaan dat de wereld bestond uit goeden en slechten, maar kwamen journalisten er tijdens hun reizen achter dat de praktijk toch weerbarstiger en genuanceerder was. Vanaf eind jaren tachtig begint de houding van journalisten tegenover hulporganisaties hierdoor langzaam wat te veranderen. Journalisten beginnen zich te realiseren dat de informatie van hulporganisaties niet altijd het gehele plaatje laat zien. De vanzelfsprekendheid waarmee journalisten informatie aannemen, valt weg.

Steeds afstandelijker

Bij journalisten dringt eind jaren negentig steeds meer het besef door dat de internationale problematiek niet zo gemakkelijk op te lossen is als hulporganisaties hen lange tijd voorhielden.⁷³ Journalisten ontdekken dat wereldwijde problemen samenhangen met grote internationale tendensen: een oneerlijk verdeelde wereldeconomie, corruptie en machtsverdeling in ontwikkelingslanden, maar ook de handelsbarrières van het rijke westen. De oude manieren van OS richten zich voornamelijk op eenvoudige en vaak kortdurende oplossingen, maar deze blijken achterhaald. Het probleem moet worden aangepakt bij de kern, en deze is veelomvattender en complexer dan gedacht.⁷⁴

Journalisten realiseren zich dat hulporganisaties hen lange tijd een te simplistische werkelijkheid hebben voorgehouden. Een werkelijkheid waarin zij, net als de hulporganisaties zelf, lange tijd geloofden. De journalistiek realiseert zich dat zij zich behoorlijk heeft laten beïnvloeden door hulporganisaties en krijgt steeds meer afschuif van deze nauwe band. Er ontstaat een trend om hulporganisaties veel afstandelijker te benaderen⁷⁵. Ruud Huurman⁷⁶, persvoorlichter bij Oxfam Novib en al vijftien jaar in het vak, herkent deze ontwikkeling: „Ik sprak indertijd met een journalist die veel samen had gewerkt met hulporganisaties, maar zich daar toch oprecht over verbaasde. Hij begreep niet hoe hij zo kritiekloos had kunnen zijn, terwijl hij bij andere bedrijven en organisaties wel heel kritisch was.” Huurman begrijpt de opmerking van de journalist wel en denkt dat de kritischer en afstandelijker houding in de journalistiek ook heel positief is geweest voor de journalistieke kwaliteit van berichtgeving over OS.

⁷³ Berends, H. Broere, M. Galesloot, H. (2004) *De bewogen beweging* (Amsterdam, KIT publishers)

⁷⁴ Meijers, J. *Ontwikkeling in de journalistiek Een exploratief onderzoek naar opvattingen over ontwikkelingssamenwerking op Nederlandse nieuwsredacties* (2006) Radboud Universiteit Nijmegen

⁷⁵ Stimuleringsfonds voor de Pers (2007) *De krant doorgeklikt Innovatie en transformatie in de dagbladpers* (Apeldoorn/ Antwerpen, Het Spinhuis)

⁷⁶ Ruud Huurman, persvoorlichter bij Oxfam Novib (interview 13-05-2011)

De verhouding tussen journalisten en hulporganisaties wordt eind jaren negentig steeds vaker gespannen. Hulporganisaties zouden journalisten verwijten spectaculaire verhalen te schrijven, zonder te weten wat er aan de hand was. Andersom verweten journalisten hulporganisaties te sjoemelen met cijfers. Volgens Ruud Huurman⁷⁷ was de Greenpeace affaire hier een grote katalysator van. De organisatie was boos op Shell die een olieplatform wilde afzinken, dat zou slecht zijn voor het milieu. Greenpeace kwam met cijfers die gretig werden overgenomen door journalisten. Zo ook dachten journalisten dat de aangedragen oplossing van Greenpeace veel beter zou zijn. „Later bleek dat er gesjoemeld was met de cijfers en bleek dat de oplossing van Greenpeace helemaal niet zoveel beter was voor het milieu. Journalisten voelden zich terecht bij de neus genomen en werden steeds kritischer ten opzichte van goede doelen en hulporganisaties. Deze zaak zorgde ervoor dat er steeds meer spanningen kwamen tussen beiden.”

Maatschappelijke kritiek op OS

Nog steeds bestaat de gespannen houding tussen journalisten en hulporganisaties. Volgens het boek ‘*De bewogen beweging*’⁷⁸ hebben journalisten hun lessen getrokken uit de ooit zo hechte verhouding met hulporganisaties. Vaker zijn ze zich bewust dat hulporganisaties hun redenen hebben om informatie naar buiten te brengen. Maar de gespannen houding tussen hulporganisaties en journalisten van nu, heeft nog een oorzaak, namelijk de toenemende kritiek vanuit de samenleving op OS. Er is een beweging ontstaan die overtuigd is dat de huidige hulp niet werkt. Hulp gelden zouden aan de strijkstok blijven hangen, salarissen van directeuren zijn veel te hoog en het daadwerkelijke effect van de hulp zou nihil zijn⁷⁹.

Arend Jan Boekestijn, ex- Tweede Kamerlid, is een van de grootste voorvechter van deze beweging in Nederland. Hij vindt dat de huidige hulp niet goed werkt en vindt dat er nodig in geschaafd moet worden⁸⁰. De hulp zou alleen maar leiden tot hulpverslaving en niet tot positieve resultaten. Internationaal is eenzelfde geluid te horen van de Zambiaanse econome Dambisa Moyo, zij stelt dat hulp de Afrikaanse economie alleen maar in de weg staat. De geluiden van Moyo en Boekestijn vinden veel gehoor in Nederland. De kritiek op OS neemt toe; internetfora staan bol van de discussies over dit onderwerp en politieke partijen pleiten voor flinke saneringen⁸¹. De PVV ziet zelfs het liefst dat OS helemaal wordt afgeschaft. Ook binnen de journalistiek weerklinken de geluiden van de ‘hulp-werkt-toch-niet’- beweging. Steeds vaker worden hulporganisaties kritisch ondervraagd en verschijnen scherpe artikelen.

⁷⁷ Ruud Huurman, persvoorlichter bij Oxfam Novib (interview 13-05-2011)

⁷⁸ Berends, H. Broere, M. Galesloot, H. (2004) *De bewogen beweging* (Amsterdam, KIT publishers)

⁷⁹ Mieke Wouters, persvoorlichtster bij WarChild (interview 16-05-2011)

⁸⁰ Kranenburg Mark, Hulp is niet meer vanzelf goed: Boekestijn breekt consensus over ontwikkelingshulp verder af, *NRC Handelsblad* (11 december 2009)

⁸¹ Veldhuijzen Axel, Vogels Peet, Ontwikkelingssamenwerking als eerste de dupe van de crisis ‘Deze bezuiniging kost levens in Afrika’ *Algemeen Dagblad* (19 september 2009)

Journalisten vatbaarder?

In het vorige hoofdstuk gaven journalisten opvallend genoeg aan, hun vakgenoten juist wél vatbaarder te vinden voor PR vanwege de economische crisis. Hulporganisaties geven juist aan niet te merken dat journalisten door de crisis vatbaarder zijn geworden voor PR. „Ik merk eerder dat journalisten kritischer zijn geworden”, aldus Rolinda Montsma⁸² van Artsen Zonder Grenzen. „Zeker niet dat ze nieuws van ons gemakkelijker aannemen.” Maar hoe is dan het idee bij journalisten ontstaan dat hun vakgenoten vatbaarder zijn voor PR? Het komt waarschijnlijk doordat de journalistiek in de loop van de tijd kritischer is geworden. In de loop van de jaren is er behoorlijk wat veranderd in de journalistiek. Zo zijn journalisten meer gaan pleiten voor onafhankelijkheid en wordt belangenverstrengeling steeds verder afgekeurd. Nauwe banden tussen hulporganisaties en journalisten zijn uit den boze. Als iets de onafhankelijkheid dreigt te schaden, wordt dat steeds feller veroordeeld. Het is een teken dat de journalistiek is gegroeid en steeds volwassener aan het worden is. Dat de journalistiek door de financiële crisis vatbaarder lijkt geworden voor PR leidt dan ook logischerwijs tot verontwaardigde reacties vanuit de journalistiek.

Meer in media?

Voor hulporganisaties is het belang om bekendheid te krijgen steeds groter aan het worden, nu de OS-sector steeds meer te lijden heeft van de financiële crisis. Een beetje extra steun kunnen ze wel gebruiken, maar die gaat er alleen komen als hun organisatie bekendheid heeft bij het grote publiek. Maar hulporganisaties weten dat zij voor dat beetje bekendheid beter niet intensief kranten moeten benaderen. Ze beseffen dat het geen enkele zin heeft, omdat journalisten veel waarde hechten aan hun onafhankelijkheid en zich niet willen mengen met de belangen van hulporganisaties. Een teken dat journalistieke berichtgeving over OS volwassener is geworden en zich niet meer laat gebruiken als PR-kanaal. Voor hulporganisaties betekent dit dat zij nieuwe middelen moeten zoeken om bekendheid te krijgen en dat wordt dan ook volop gedaan.

Mieke Wouters⁸³, persvoorlichtster bij Warchild, zegt dat haar organisatie het erg belangrijk vindt dat mensen betrokken raken bij hun werk. „We hebben het publiek gewoon nodig om ons werk te kunnen doen en proberen hen op de meest uiteenlopende manieren te benaderen: flyers verspreiden, acties en concerten organiseren, mond-op-mond –reclame noem maar op.” De persvoorlichtster vertelt dat social media een relatief nieuwe manier is om onder de aandacht te

⁸² Rolinda Montsma, persvoorlichtster bij Artsen Zonder Grenzen (interview 13-05-2011)

⁸³ Mieke Wouters, persvoorlichtster bij Warchild (interview 16-05-2011)

komen, maar wel een die volgens haar enorm in opkomst is. Warchild probeert hier dan ook flink gebruik van te maken. „*Het is een mooie manier om direct in contact te komen met je achterban.*” Ook bij andere hulporganisaties wordt steeds meer ingespeeld op de nieuwe mogelijkheden van social media. Evelyne van Lockhorst⁸⁴ van ZOA vluchtelingenzorg zegt dat haar organisatie hier steeds meer mee bezig is: „*Sinds kort hebben we een Facebook en een Twitter-account opgezet. We zijn nog wel aan het uitproberen hoe we hier het maximale uit kunnen halen. Het is vooral nog een kwestie van proberen.*”

Naast social media, hechten hulporganisaties ook steeds meer waarde aan hun eigen website. Het wordt meer en meer een belangrijk middel om bekendheid te krijgen. Bij Oxfam Novib zegt persvoorlichter Ruud Huurman⁸⁵ hierover: „*Het is een heel handig middel voor mensen die wat meer willen weten over het werk dat wij doen. We kunnen op de website goed uitleggen wat we precies doen. In het kader van transparantie proberen we ook steeds meer op onze website te plaatsten.*” Behalve de eigen website is het volgens Huurman ook steeds belangrijker om gevonden en genoemd te worden op het net.

Hulporganisaties zoeken dus naar nieuwe manieren om bekendheid te krijgen, maar dat betekent niet dat media-aandacht niet meer belangrijk voor hen is. Integendeel; hulporganisaties zijn er juist ook heel erg bij gebaat als ze in het nieuws komen. Dat journalisten niet meer zo gemakkelijk informatie van hen aannemen en kritischer zijn geworden is geen probleem. Het is juist ook een stukje eigenbelang van hulporganisaties als de artikelen die over hen worden geschreven onafhankelijk zijn. „*Onafhankelijke verslaggeving is geloofwaardig en als onze organisatie hierin wordt genoemd geeft dat uiteindelijk ook het beste beeld ons werk*”, aldus Rolinda Montsma⁸⁶ van Artsen Zonder Grenzen. Ook Mieke Wouters⁸⁷ van Warchild erkent het belang van onafhankelijke berichtgeving. Naast de social media vindt ze onafhankelijke media nog steeds cruciaal om de organisatie zichtbaarder te maken.

Hulporganisaties zijn dus gebaat bij onafhankelijke berichtgeving, maar willen natuurlijk wel dat hun organisatie positief naar voren komt. Om dit te bereiken houden hulporganisaties zoveel mogelijk rekening met de journalist. Zo zie je dat zij goed inspelen op de toenemende geluiden in de samenleving dat hulp niet zou werken. Hulporganisaties doen nu hun best om zo transparant mogelijk te zijn en geven journalisten steeds vaker de kans om jaarverslagen en andere werkverslagen te bekijken. „*We willen zo geloofwaardig mogelijk zijn*”, zegt Ruud Huurman⁸⁸ van

⁸⁴ Evelyne van Lockhorst, persvoorlichtster bij ZOA vluchtelingenzorg (interview 19-04-2011)

⁸⁵ Ruud Huurman, persvoorlichter bij Oxfam Novib (interview 13-05-2011)

⁸⁶ Rolinda Montsma, persvoorlichtster bij Artsen Zonder Grenzen (interview 13-05-2011)

⁸⁷ Mieke Wouters, persvoorlichtster bij WarChild (interview 16-05-2011)

⁸⁸ Ruud Huurman, persvoorlichter bij Oxfam Novib (interview 13-05-2011)

Oxfam Novib „daarom proberen we om de informatie die we naar buiten brengen zo feitelijk mogelijk te houden. Als journalisten dat willen kunnen we ze ook rapporten die nog moeten uitkomen onder embargo toesturen.”

Volgens Van Lockhorst is het beter om te proberen zoveel mogelijk aan te sluiten bij dat wat de betreffende journalist interessant vindt. Door persoonlijk contact en goed te luisteren naar de journalist zou het werk van de hulporganisatie eerder onder de aandacht komen. Ook bij andere hulporganisaties proberen ze zo veel mogelijk te letten op de interesses van de journalist. „Als ik hier een onderwerp zie dat precies past bij het werk van een bepaalde journalist, zal ik juist daar naar toe stappen”, zegt Ruud Huurman van Oxfam Novib. Tegelijkertijd geeft hij aan dat hij dit alleen doet omdat hij denkt dat dit echt nuttig kan zijn voor de journalist: „Ik smeed vooraf geen plannen om meer in the picture te komen. Journalisten doen hun werk en wij doen ons werk. Pas als journalisten iets interessant vinden, dan komt het in het nieuws. Zo werkt het spel en dat is prima.” Bij Artsen Zonder Grenzen denkt Rolinda Montsma⁸⁹ er hetzelfde over.⁹⁰ Ook zij vindt het belangrijk dat journalisten uiteindelijk eigen verhalen vertellen, maar stapt wel gericht met informatie naar journalisten. „Natuurlijk ben je bewust bezig waar je met welke informatie naar toe gaat. De Volkskrant richt zich bijvoorbeeld eerder op noodhulp dan de Telegraaf, terwijl je bij deze laatste weer eerder met een mooi en aangrijpend verhaal terecht kunt.”

Conclusie

De economische crisis en de bezuinigingen van de overheid hakken er flink in bij hulporganisaties. Het belang om meer bekendheid te krijgen groeit, want meer bekendheid kan leiden tot meer steun. Toch leidt dit er niet toe dat hulporganisaties extra hun best doen om in de media te komen. Dit komt door de veranderende verhouding tussen journalisten en hulpverleners sinds de jaren negentig; journalisten worden steeds kritischer en de vanzelfsprekendheid om samen te werken verdwijnt. Journalisten streven naar onafhankelijkheid en worden daardoor steeds kritischer op belangenverstrengeling; een teken dat berichtgeving over OS volwassener is geworden.

Hulporganisaties beseffen dat het geen zin meer heeft om zichzelf naar voren te duwen bij journalisten. Dit werkt eerder averechts en dat willen ze natuurlijk niet. Journalisten gaan steeds meer op zoek naar nieuwe middelen om bekendheid te krijgen, zoals social media. Toch blijft journalistieke berichtgeving nog steeds interessant voor hulporganisaties. Ze hebben eigenlijk veel belang bij positieve, onafhankelijke berichtgeving, want als die zegt dat hun organisatie

⁸⁹ Rolinda Montsma, persvoorlichtster bij Artsen Zonder Grenzen (interview 13-05-2011)

⁹⁰ Rolinda Montsma, persvoorlichtster bij Artsen Zonder Grenzen (13-05-2011)

goed werk levert, dan zijn dat woorden met kracht. Hulporganisaties proberen nu dan ook zo veel mogelijk in te spelen op de huidige situatie door zichzelf niet te veel op te dringen.

Daarnaast proberen ze ook om te allen tijde zo transparant mogelijk te zijn want dat is wat journalisten écht willen. En tja, een persvoorlichter zou geen goede persvoorlichter zijn als ze daar geen rekening mee houdt.

Conclusie

Hulpverslaggeving in nood?

Laat ik teruggaan naar de hoofdvraag van deze scriptie; verkeerd hulpverslaggeving in nood? Als ik deze vraag dertig jaar geleden, met de kennis van nu had beantwoord was mijn antwoord volmondig ja geweest. In de jaren zeventig en tachtig toonden journalisten zich namelijk erg meegaand met hulporganisaties. Informatie werd vaak klakkeloos overgenomen en meegaan met een persreis was niet meer dan vanzelfsprekend. Vanaf de jaren negentig veranderde dit. Er zette zich een trend in waarin journalisten steeds kritischer werden ten opzichte van de nauwe samenwerking met hulporganisaties. De journalist wilde het nieuws onafhankelijker verslaan en werd terughoudend tegenover hulporganisaties. Deze trend is nog steeds gaande en tot voor kort leek de kwaliteit van de berichtgeving over OS alleen maar beter te worden.

Hulporganisaties werden steeds voorzichtiger met PR en journalisten hebben laten zien zich niet meer te laten gebruiken als PR-kanaal. Sindsdien weten hulporganisaties dat journalisten er niet van houden om continu benaderd te worden. Hier houden de hulporganisaties dan ook rekening mee. Toch hebben hulporganisaties nog steeds wel belang bij media-aandacht, zeker nu het door de economische crisis niet goed gaat in de OS-sector. Het leek mij logisch dat hulporganisaties nu meer aan PR doen, maar uit mijn onderzoek blijkt het tegendeel. Persvoorlichters zijn helemaal niet bezig om zoveel mogelijk in beeld te komen. Persvoorlichters willen juist een voorzichtig mediabeleid waarin ze zo transparant mogelijk zijn over hun organisatie. Eigenlijk is dit niets anders dan een slimme mediastrategie, want ze voeren uit wat journalisten graag van hen willen. Hierbij hebben de hulporganisaties uiteindelijk zelf belang, want als een onafhankelijke journalist iets positiefs over hun organisatie schrijft, komt dat extra sterk en geloofwaardig over.

Tot voor kort leek het er dus sterk op dat het alleen maar beter ging met de kwaliteit van de berichtgeving over OS. Journalisten werden kritischer en onafhankelijker en als gevolg proberen hulporganisaties steeds transparanter te worden. Het tij keerde al door de economische crisis, maar nog veel meer door de komst van nieuwe media. Beide ontwikkelingen zorgen ervoor dat de dagbladsector veel lezers en adverteerders verliest. Enorme bezuinigingen waren het gevolg. Er vielen ontslagen en met steeds minder middelen moest hetzelfde werk worden gedaan. In een poging om lezers te houden doen dagbladen steeds meer hun best om artikelen extra aantrekkelijk te maken voor het publiek. Een nieuwe vorm van journalistiek dient zich aan; service-journalistiek. Dit is schadelijk voor de kwaliteit van de journalistiek, want journalistieke belangen worden ondergeschikt gemaakt aan de interesse van de lezer. Tegelijkertijd blijkt dat journalisten door de toegenomen werkdruk ook steeds vatbaarder worden voor PR. Het klinkt

namelijk steeds verleidelijker om de werkdruk te verminderen door snel even wat hapklare informatie over te nemen.

Vanuit de journalistiek wordt terecht veel commentaar gegeven op deze laatste ontwikkeling. Alle journalisten die ik interviewde of waar ik stukken van las zijn het met elkaar eens; hun vakgenoten zijn op dit moment veel te meegaand met hulporganisaties. Er zou vaak niet kritisch genoeg worden gekeken naar informatie van hulporganisaties en informatie wordt veel te gemakkelijk overgenomen. De felle kritiek van journalisten richt zich weliswaar op de huidige ontwikkelingen, maar komt ook deels voort uit een al langer bestaand gevoel van ongenoegen. Al vanaf de jaren negentig tonen journalisten zich steeds kritischer en die trend vindt, zoals gezegd, nog steeds plaats. Deze kritiek is logischerwijs feller geworden door de afname van de kwaliteit van de berichtgeving over OS, naar aanleiding van de crisis en de komst van nieuwe media.

Het is overduidelijk: kwalitatief goede berichtgeving over OS staat zwaar onder druk door de financiële crisis en de komst van nieuwe media. Ook al bestaat vanaf de jaren negentig de trend om berichtgeving over OS steeds onafhankelijker te verslaan en steeds kritischer te zijn op nauwe samenwerking met hulporganisaties, journalisten worden door de toegenomen druk alsnog vatbaarder voor PR. De nadelige gevolgen van de financiële crisis en de groei van nieuwe media trekken hard aan de kwaliteit van de berichtgeving over OS. Journalistieke waakzaamheid is het enige dat de kwaliteit van de berichtgeving over OS misschien nog kan redden van de ondergang, maar de hoop lijkt verloren. Hulpverslaggeving is in nood!

Literatuurlijst

Boeken

1. Polman, L. (2008) De crisis karavaan achter de schermen van de noodhulpindustrie (Amsterdam, Uitgeverij Balans)
2. Van Hoogstraten, M. Jinek, E. (2008) Het maakbare nieuws Antwoord op Joris Luyendijk-buitenlandcorrespondenten over hun werk (Amsterdam, Uitgeverij Balans)
3. Wijfjes, H. (2004) Journalistiek in Nederland 1850-2000 Beroep, cultuur en organisatie (Amsterdam, Uitgeverij Boom)
4. Van Zeijl, F. (2007) Een nacht in een vijzel vrouwen in Afrika (Artemis & co)
5. Bardoel, J. Bierhoff, J. (1997) Media in Nederland feiten en structuren (Groningen, Wolters-Noordhoff)
6. Kapuściński, R. (2003) Lapidarium Observaties van een wereldreiziger 1980-2000 (Amsterdam, Uitgeverij De Arbeiderspers)
7. Luyendijk, J. (2008) Het zijn net mensen beelden uit het Midden-Oosten (Amsterdam, Uitgeverij Podium)
8. Buijs, K. (2008) Journalistieke kwaliteit in het crossmediale tijdperk (Boom onderwijs)
9. Kussendrager, N. Van der Lugt, D. (2005) Basisboek Journalistiek achtergronden, genres, vaardigheden (Groningen/Houten, Wolters-Noordhoff)
10. Blokker, J. (2010) Nederlandse journalisten houden niet van journalistiek (Amsterdam, Uitgeverij Bert Bakker)
11. Davies, N. (2009) Flat Earth News An Award-Winning Reporter Exposes Falsehood, Distortion And Propaganda In The Global Media (London, Chatto & Windus)
12. Evers, H. Rennen, T. (2005) Journalistiek moet verder Tien beschouwingen over journalistiek (Uitgeverij Valkhof Pers)
13. Berends, H. Broere, M. Galesloot, H. (2004) De bewogen beweging (Amsterdam, KIT publishers)
14. Broere, M. (2009) Berichten over armoede Een journalistieke kijk op ontwikkelingssamenwerking (KIT Publishers)
15. Vasterman, P. Aerden, O. De context van het nieuws (Groningen, Wolters-Noordhoff)
16. Wesselius, J. (1994) Het mijnenveld Over journalistiek en moraal (Amsterdam, Nijgh & Van Ditmar)
17. Brugsma, W.L. (1997) Beroep: journalist (HP/De Tijd BV)
18. Oosterbaan, W. Wansink, H. (2008) De krant moet kiezen De toekomst van de kwaliteitsjournalistiek (Amsterdam, PRometheus)
19. Stimuleringsfonds voor de Pers (2007) De krant doorgeklikt Innovatie en transformatie in de dagbladpers (Apeldoorn/ Antwerpen, Het Spinhuis)
20. Van Wijk, K. (2005) De media-explosie Trends en issues in massacommunicatie (Den Haag, Sdu Uitgevers bv.)
21. Wesselius, J. (1994) Het mijnenveld Over journalistiek en moraal (Amsterdam, Nijgh & Van Ditmar)
22. Brouwers, B. (1994) Alles voor het nieuws De flexibele ethiek van de journalist (Den Haag, Sdu Uitgeverij Koninginnegracht)

Onderzoeken

1. Lemain, E. Adviesrapport: Het actief genereren van vrije publiciteit (2008) intern rapport ICCO
2. Ummelen, B. Journalistiek in discrediet (2009) Katholiek Instituut voor Massamedia
3. Meijers, J. Ontwikkeling in de journalistiek Een exploratief onderzoek naar opvattingen over ontwikkelingssamenwerking op Nederlandse nieuwsredacties (2006) Radboud Universiteit Nijmegen
4. Iyengar, S. Is anyone responsible? How television frames political issues (1991) University of Chicago PRes

5. Van Maris, A.P.M.J. Het gaat om het wegen *Correspondenten en bronnen in niet-vrije landen* (2010) Erasmus Universiteit Rotterdam
6. Shoemaker, J.P. Reese, D.S. Mediating the Message *Theories of Influences on Mass Media* (1991) Guilford Publications
7. Sigal, L. Who? Sources make the news *Reading the news* (1986) Pantheon Books
8. Brouwer, E Van der Donk, M. De transitie naar digitale PRoposities in de krantenindustrie *Onderzoek naar de betalingsbereidheid van consumenten* (2010) PricewaterhouseCoopers in opdracht van het Stimuleringsfonds voor de Pers

Interviews

11. Han Koch, buitenlandredacteur Trouw, gespecialiseerd in ontwikkelingssamenwerking, internationale betrekkingen en monetair beleid (interview 4-08-2010)
12. Gerhard Wilts, chef buitenlandredactie Nederlands Dagblad (interview 17-06-2010)
13. Gerbert van der Aa, freelancer voor o.a. NRC Handelsblad en Elsevier, schrijft veel over OS (interview 16-06-2010)
14. Rob Vreeken, buitenlandredacteur De Volkskrant (interview 14-06-2010)
15. Ab Jansen, buitenlandredacteur Reformatorisch Dagblad (interview 3-06-2010)
16. Femke van Zeijl, freelancer voor o.a. NRC Handelsblad, Opzij en Vrij Nederland, schrijft veel over OS (interview 21-06-2010)
17. Evelyne van Lockhorst, persvoorlichtster bij ZOA vluchtelingen zorg (interview 19-04-2011)
18. Rolinda Montsma, persvoorlichtster bij Artsen Zonder Grenzen (interview 13-05-2011)
19. Ruud Huurman, persvoorlichter bij Oxfam Novib (interview 13-05-2011)
20. Mieke Wouters, persvoorlichtster bij WarChild (interview 16-05-2011)

Artikelen

1. Weusten Suzanne, Onafhankelijkheid duurt het langst, Volkskrant (11 juni 2009)
2. Bos Maaïke, Export van persvrijheid, Trouw, de Verdieping (11 maart 2009)
3. Vloet Corine, 'Wat doen we met de kranten?' *Nick Dacies over falende journalistiek* (17 mei 2008)
4. Luyendijk Joris, Ellende en akelige gevoelens; *Joris Luyendijk begint bij zichzelf*, NRC Handelsblad (13 juni 2009)
5. Redactie, Oplagen dagbladen verder gedaald, Het Financieel Dagblad (31 maart 2010)
6. Redactie economie, Banen weg bij De Persgroep, NRC Handelsblad (7 december 2009)
7. Redactie, Kranten zetten 'alle seinen op rood': *stagnerende conjunctuur zet inkomsten onder druk*, Algemeen Dagblad (8 mei 2001)
8. Redactie, Dagbladen PCM Uitgevers moeten bezuinigen, NRC Handelsblad (6 november 2008)
9. Redactie, De krant moet dunner: *het dagblad*, Trouw, de Verdieping (29 juni 2001)
10. Van Groesen Jan, De juiste vraag is: wat is nieuws?, Volkskrant (28 september 2009)
11. Doorman Frans, Laat het aan Professionals over; *Ontwikkelingssamenwerking Een taak voor de lokale middenklasse of voor deskundigen?*, NRC Handelsblad (4 april 2008)
12. Benjamin Jan, Krantenwereld op zoek naar de heilige graal, NRC Handelsblad (11 maart 2010)
13. Van Dijk Peter, Gelink Erik-Jan, Tijdelijk verlies van gezond verstand, Volkskrant (14 juni 2003)
14. Nielsen Nederland, 'Aantal personeelsadvertenties daalt in het eerste kwartaal van 2010 met 36,6%' (26 april 2010)
15. Douwes Douwe, Nieuw kabinet moet 18 miljard bezuinigen, Volkskrant (1 april 2010)
16. Kranenburg Mark, Hulp is niet meer vanzelf goed: *Bokestijn breekt consensus over ontwikkelingshulp verder af*, NRC Handelsblad (11 december 2009)
17. Veldhuijzen Axel, Vogels Peet, Ontwikkelingssamenwerking als eerste de dupe van de crisis *'Deze bezuiniging kost levens in Afrika'* Algemeen Dagblad (19 september 2009)

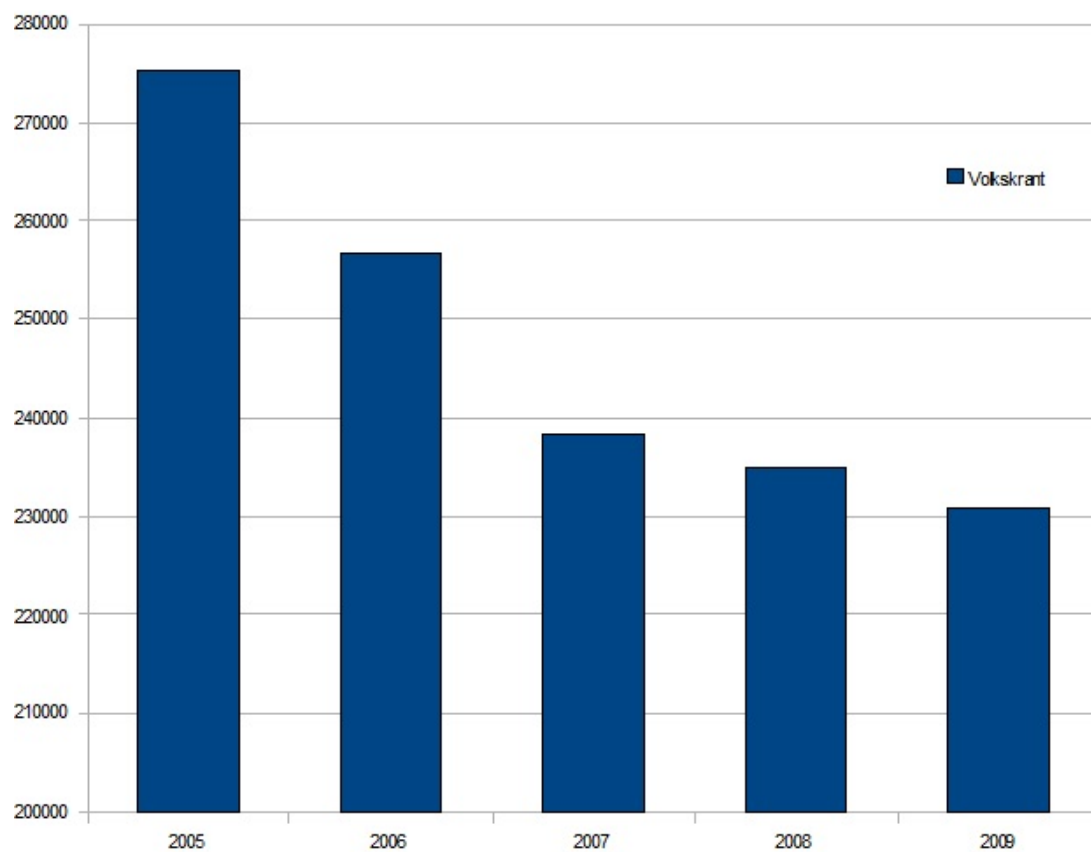
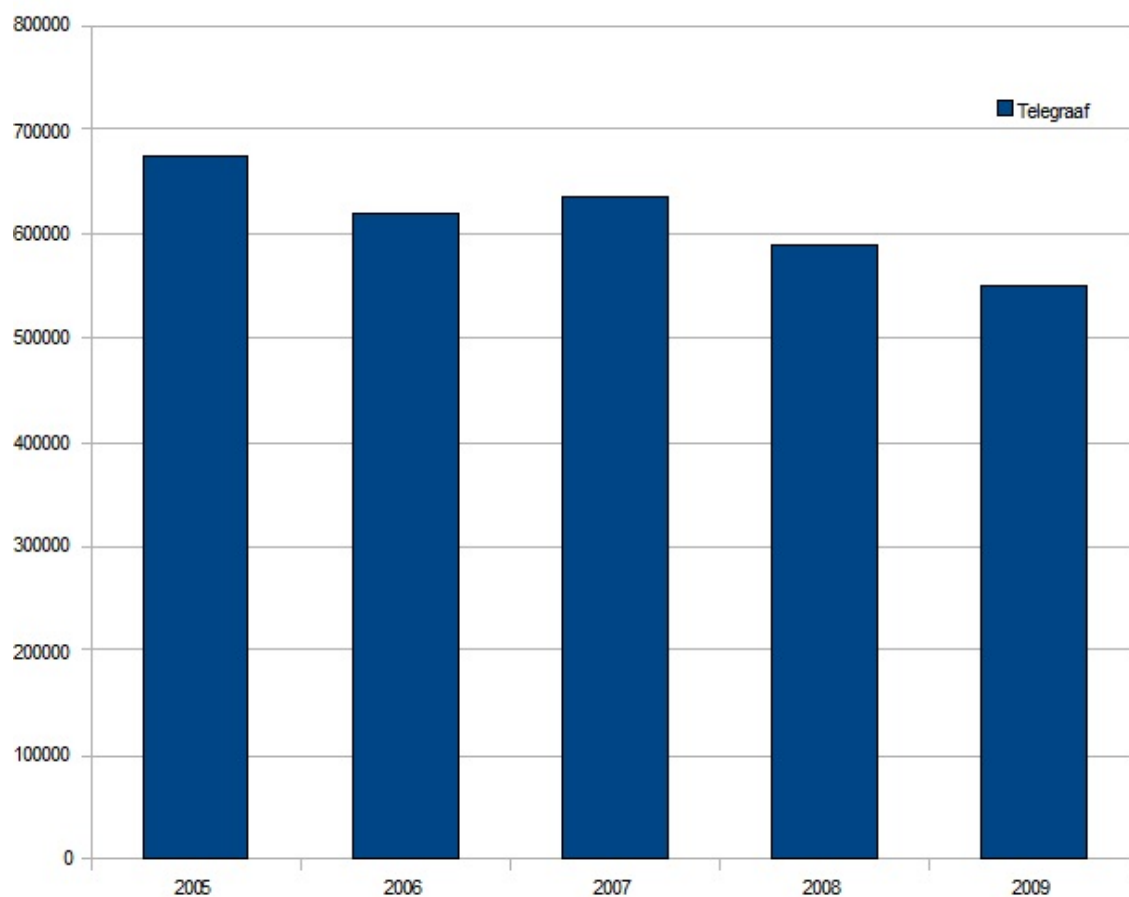
18. Schinkel Maarten, Han de Wit staat enigszins rood; Lux, NRC Handelsblad (26 november 2009)
19. Van der Land, Menno, We belazeren elkaar met gemanipuleerd nieuws over ontwikkelingshulp, NRC Handelsblad (17 november 2008)
20. Redactie, Swingende Mandela neemt Prijs in ontvangst Trouw (6 oktober 2002)
21. Lagas Teun, Hulpbudget straks niet nog eens korten Trouw (16 september 2009)

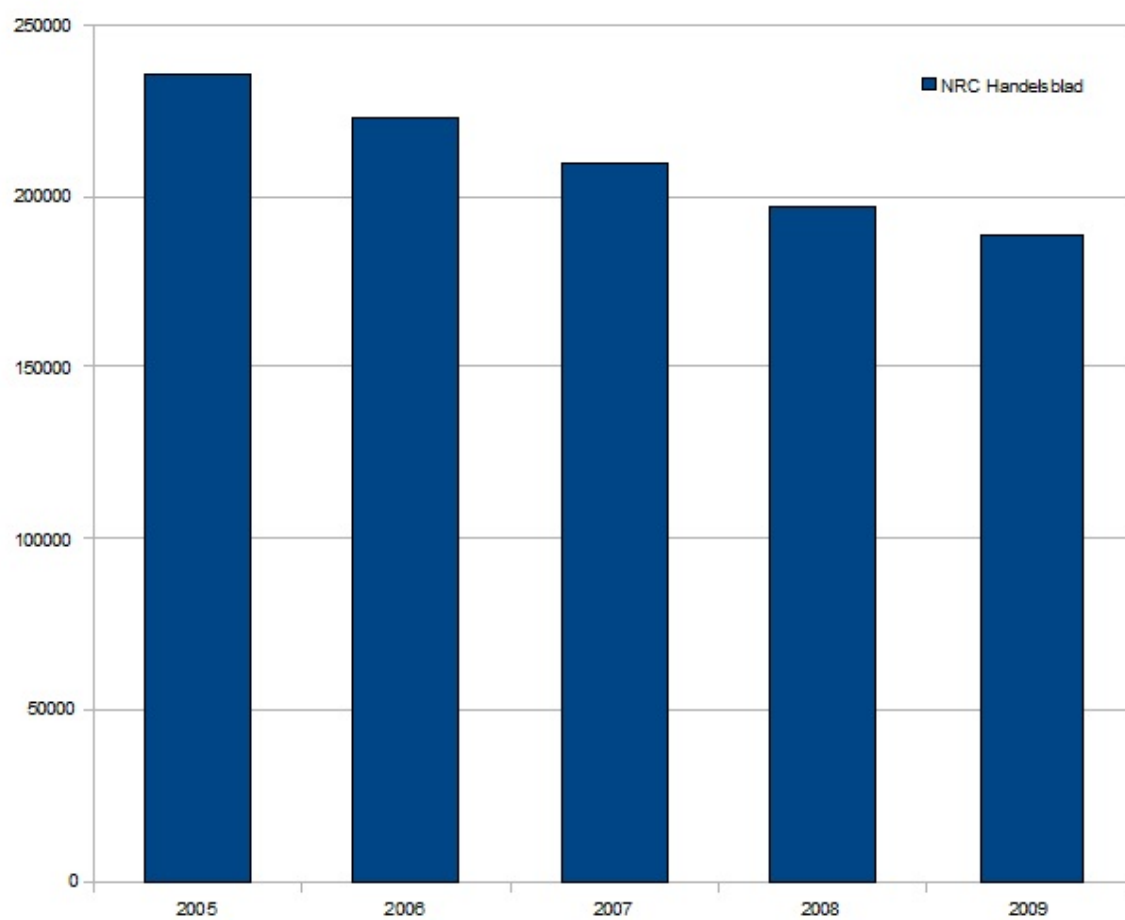
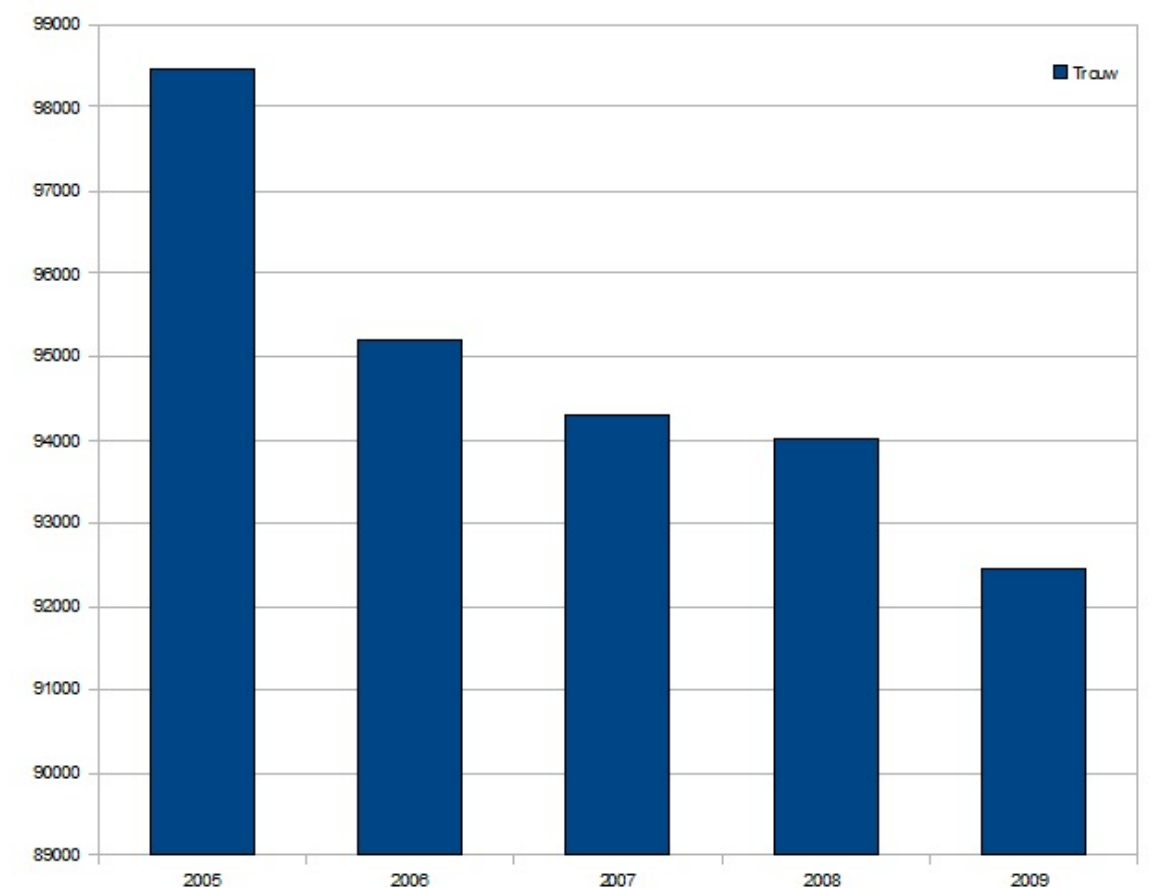
Internet

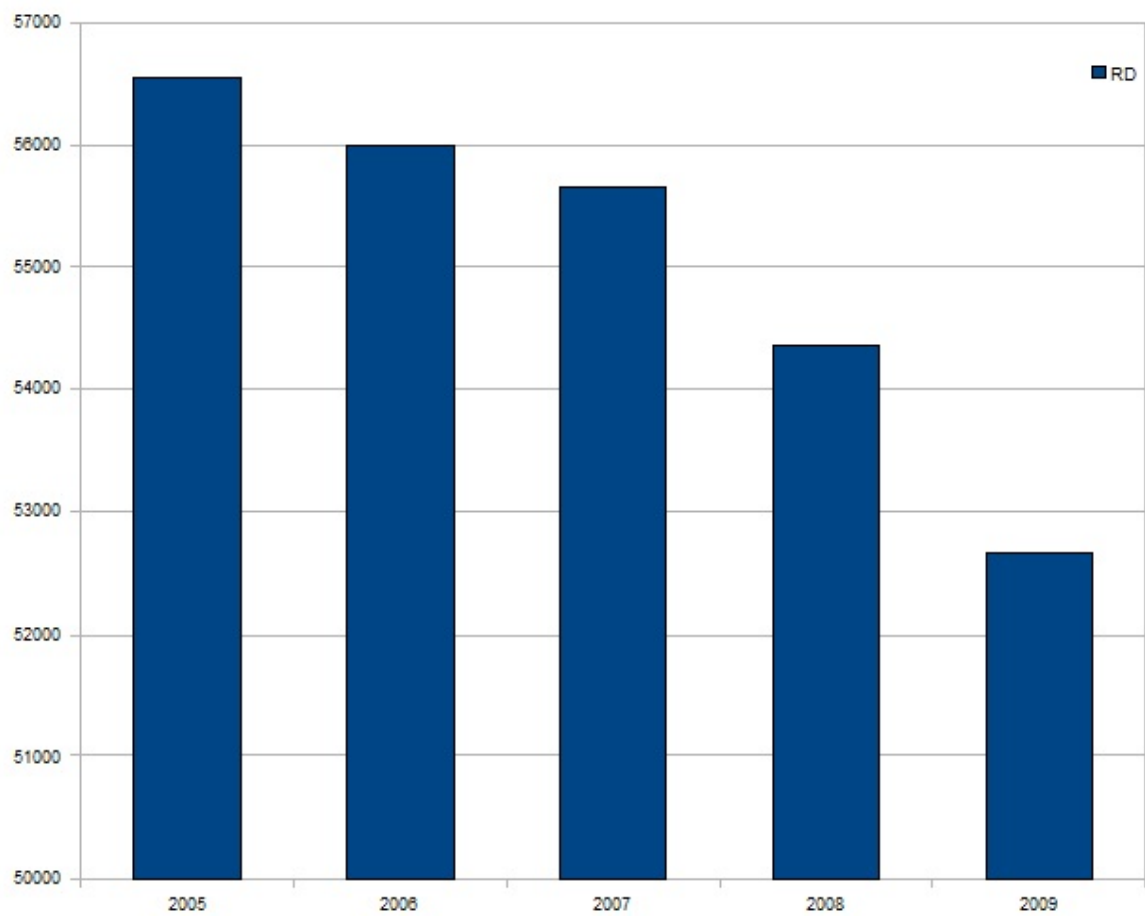
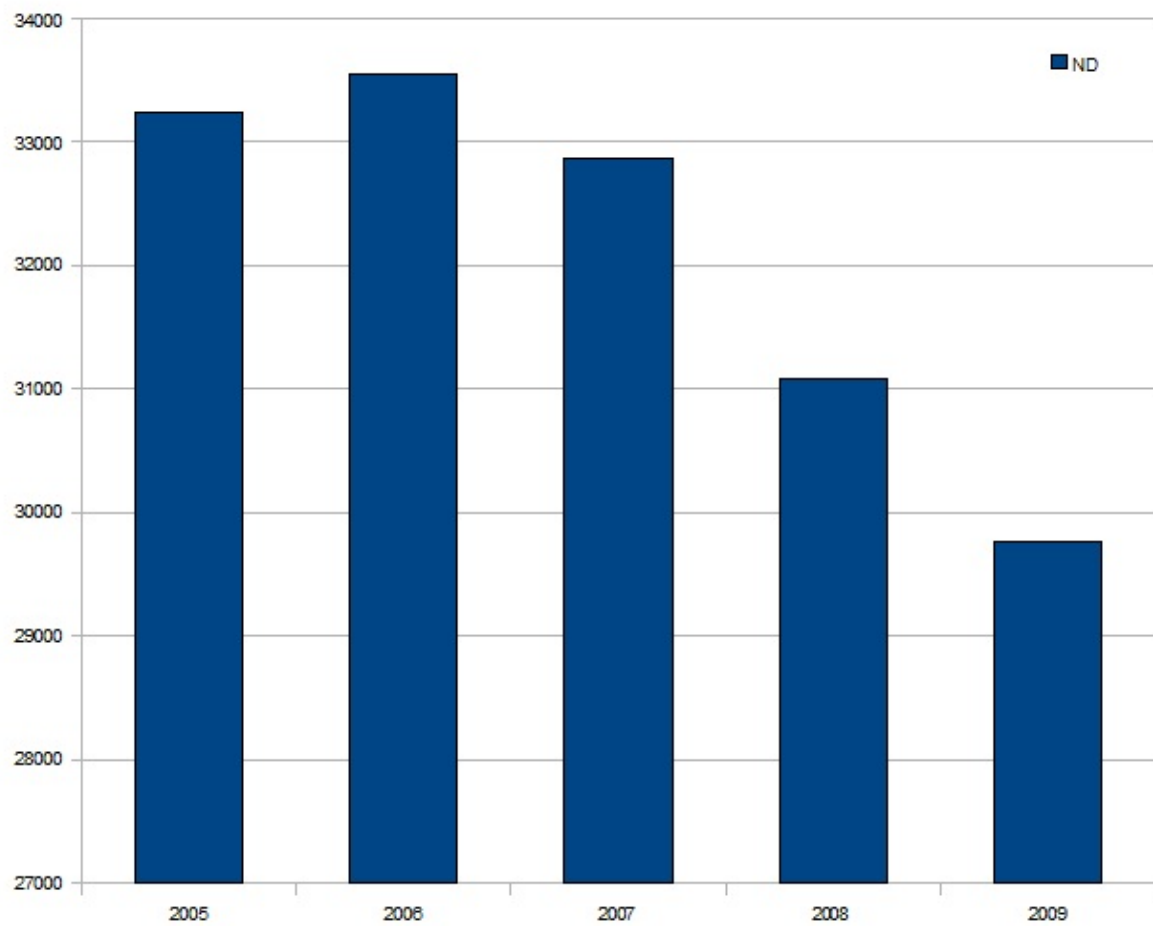
1. HOI, <http://www.hoi-online.nl/798/Opvraagmodule.html> (5 mei 2010)
2. Rogmans Dolf 'Buitenlandberichtgeving in het verdomhoekje' (2010) <http://www.villamedia.nl/nieuws/bericht/buitenlandberichtgeving-in-verdomhoekje/45220/> (6 mei 2010)
3. Bootsma Esther 'Journalisten worden voortdurend gemanipuleerd' (2010) <http://nos.nl/artikel/134075-journalisten-worden-voortdurend-gemanipuleerd.html> (10 mei 2010)
4. Rozendaal Ernst Jan, Rootsart Bianca (2009) 'Kranten accepteer dat geld' http://www.volkskrant.nl.PRoxy.medialab.nl/archief_gratis/article1318254.ece/Kranten%2C_accepteer_dat_geld?inlibrary=true (10 mei 2010)
5. <http://www.mediamonitor.nl/content.jsp?objectid=9831> Site van het Commissariaat voor de Media (5 mei 2010)
6. Dekker Wilco, Dirks Bart (2009) 'Acht vragen over de toekomst van de pers' http://www.volkskrant.nl.PRoxy.medialab.nl/multimedia/article1247661.ece/Acht_vragen_over_de_toekomst_van_de_pers (10 mei 2010)
7. Villamedia, 'PCM diep in het rood' (2009) <http://www.villamedia.nl/nieuws/bericht/pcm-diep-in-het-rood/38587/> (15 mei 2010)
8. Mediafacts, 'Weer enorme daling aantal personeelsadvertenties' http://www.mediafacts.nl/dossiers/1_Binnenlands_nieuws_actueel/artikel/4776_Weer_enorme_daling_aantal_personeelsadvertenties (14 mei 2010)
9. Mediafacts, 'Stijging marktaandeel dagbladen in mediabestedingen 2009' http://www.mediafacts.nl/dossiers/1_Binnenlands_nieuws_actueel/artikel/4686_Stijging_marktaandeel_dagbladen_in_mediabestedingen_2009 (14 mei 2010)
10. Sociaal Cultureel Planbureau, 'Achter de schermen' http://www.scp.nl/Publicaties/Alle_publicaties/Publicaties_2004/Achter_de_schermen/Persbericht_Achter_de_schermen (22-05-2011)
11. Mediafacts, 'Advertenties PRint terug met ruim 21 Procent' http://www.mediafacts.nl/dossiers/1_Binnenlands_nieuws_actueel/artikel/4562_Advertenties_PRint_terug_met_ruim_21_Procent (14 mei 2010)
12. Van Es Henk, Onderzoek journalistiek en internet: een samenvatting <http://www.nvj.nl/internetonderzoek/journalistiek-en-internet-samenvatting.html> (17 mei 2010)
13. Pleijter Alexander, 'Hoofredacteuren somber over de toekomst van de journalistiek' <http://www.denieuwereporter.nl/2010/04/hoofredacteuren-somber-over-toekomst-van-de-journalistiek/> (18 mei 2010)
14. De Nieuwe Reporter, Brouwers Bart, 'Voor de jeugd doet de krant er niet toe' <http://www.denieuwereporter.nl/2008/06/wan-5-voor-de-jeugd-doet-de-krant-er-niet-toe/> (18 mei 2010)
15. Pleijter Alexander, 'De graasgeneratie' <http://www.denieuwereporter.nl/2010/01/de-graasgeneratie/> (18 mei 2010)
16. Zeemeijer Ilse, 'Berichtgeving ontwikkelingssamenwerking in dagbladen slechts 3,5%' <http://www.viceversaonline.nl/2010/05/berichtgeving-ontwikkelingssamenwerking-in-dagbladen-slechts-35/> (20 mei 2010)
17. Zeemeijer Ilse, 'Debat: welk belang hecht de politiek nog aan ontwikkelingssamenwerking?' <http://www.viceversaonline.nl/2010/05/debat-welk-belang-hecht-de-politiek-nog-aan-ontwikkelingssamenwerking/> (20 mei 2010)

18. Redactie Trouw, 'Banen weg bij redactie Trouw'
[http://www.trouw.nl/nieuws/economie/article2933758.ece/Redactie Trouw moet 22 mensen ontslaan.html](http://www.trouw.nl/nieuws/economie/article2933758.ece/Redactie%20Trouw%20moet%2022%20mensen%20ontslaan.html) (22 juni 2010)
19. Villa Media, 'Vrijwillige vertrekregeling bij NRC'
<http://www.villamedia.nl/nieuws/bericht/vrijwillige-vertrekregeling-bij-nrc/48862/> (10 augustus 2010)
20. Dekker Wilco en Keuning Wouter, 'NRC worstelt met verandering'
[http://www.volkskrant.nl/binnenland/article1385532.ece/NRC worstelt met verandering](http://www.volkskrant.nl/binnenland/article1385532.ece/NRC%20worstelt%20met%20verandering) (10 augustus 2010)
21. Belgers Joris, 'Krantenland niet bang voor NRC in Amsterdam'
<http://napnieuws.nl/2011/01/21/krantenland-niet-bang-voor-nrc-in-amsterdam/> (28 januari 2011)
22. Villa Media, 'NRC of Volkskrant over vijf jaar weg'
<http://www.villamedia.nl/nieuws/bericht/nrc-of-volkskrant-over-vijf-jaar-weg/53035/> (17 januari 2011)
23. Redactie NRC Handelsblad, 'Internet heeft de krant veranderd'
[http://vorige.nrc.nl/media/article1936658.ece/Internet heeft de krant veranderd](http://vorige.nrc.nl/media/article1936658.ece/Internet%20heeft%20de%20krant%20veranderd) (7 maart 2011)
24. Villa Media, 'Niet krant, maar journalist heeft het zwaar'
<http://www.villamedia.nl/opinie/bericht/niet-krant-maar-journalist-heeft-het-zwaar/> (8 maart 2011)
25. Redactie NRC Handelsblad, 'Evaluatie van tsunamihulp vernietigend'
[http://vorige.nrc.nl/buitenland/article1702530.ece/Evaluatie van tsunamihulp vernietigend](http://vorige.nrc.nl/buitenland/article1702530.ece/Evaluatie%20van%20tsunamihulp%20vernietigend) (9 augustus 2010)
26. Redactie Mondiaal Nieuws, 'Inefficiëntie en corruptie dwarsbomen hulp aan rampgebieden'
<http://www.mo.be/artikel/inefficiëntie-en-corruptie-dwarsbomen-hulp-aan-rampgebieden-0> (9 augustus 2010)
27. Redactie NOS, 'Doneren aan Pakistan? Nou nee!' <http://nos.nl/artikel/178381-doneren-aan-pakistan-nou-nee.html> (10 maart 2011)
28. Redactie De Volkskrant, 'Efficient met hulp'
[http://opinie.volkskrant.nl/artikel/show/id/4622/Effici%C3%ABnt met hulp](http://opinie.volkskrant.nl/artikel/show/id/4622/Effici%C3%ABnt%20met%20hulp) (16-05-2011)
29. Het Nederlands Genootschap van Hoofdredacteuren
http://www.genootschapvanhoofdredacteuren.nl/het_genootschap/code-voor-de-journalistiek.html (22-05-2011)
30. International Federation of Journalists <http://www.ifj.org/en/pages/about-ifj> (22-05-2011)
31. Nielsen Nederland, Kwartaalbericht dagbladen
<http://nl.nielsen.com/PRoducts/documents/KwartaalberichtQ12009.pdf> (22-05-2011)
32. Het Nederlandse kenniscentrum voor televisiereclame (SPOT)
[http://www.spot-interactive.nl/downloads/Alles over tijd 2010.pdf](http://www.spot-interactive.nl/downloads/Alles%20over%20tijd%202010.pdf) (27-05-2011)

Bijlage 1
Grafieken met oplagedaling







Bijlage 2
Interviews

Interview

Han Koch, buitenlandredacteur Trouw, gespecialiseerd in ontwikkelingssamenwerking, internationale betrekkingen en monetair beleid (interview 4-08-2010)

Kort profiel

Koch werkt sinds begin jaren negentig bij Trouw. Vanaf midden jaren negentig zit hij op deze post.

Onderwerpen

„Ik richt mij met name op de bovenstatelijke onderwerpen, niet de lokale projecten. Hiermee bedoel ik kleinere, vaak particuliere, projecten waarbij fundraising centraal staat.” Koch gelooft in de werking van de economie, deze zou voor échte verandering kunnen zorgen. „Niets ten nadele van mijn voorganger, maar zij richtte zich in tegenstelling tot mij veel meer op de klassieke vormen van OS. Dit kon toen ook gezien de tijd waarin zij werkte en de achtergrond van de krant.”

Tijd voor OS en bezuinigingen

Koch besteedt ongeveer 20% van zijn werktijd aan OS en internationale samenwerking. Toen hij net begon, halverwege de jaren negentig, was dit tachtig procent. Volgens Koch heeft dit niet zozeer te maken met de gevolgen van de economische crisis. Volgens hem komt dit doordat veel informatie steeds sneller op internet te vinden is; hij is nu niet zo veel tijd meer kwijt met het zoeken naar interessante stukken. Daarnaast denkt Koch ook dat dit komt doordat hij in de loop van de jaren een netwerk heeft opgebouwd; steeds meer mensen weten hem wel te vinden.

Gevolgen bezuinigingen

– „Het budget zou beter kunnen”, zegt Koch. „Zo wordt er elk jaar een belangrijke bijeenkomst van de OS-sector gehouden in New York, waar ik graag naar toe ga. Dit jaar kon ik er voor het eerst niet heen omdat er niet voldoende geld was. Dit vond ik erg jammer, want ik moest het verhaal nu schrijven vanaf de redactie. Mijn informatie kreeg ik niet rechtstreeks maar via mijn netwerk. Je krijgt dan lang niet zo’n mooi verhaal dan wanneer je er zelf bij bent.”

– Koch vertelt dat de werkdruk de afgelopen jaren is toegenomen.

– Koch zegt dat de huidige manier om kranten te maken duur is geworden. Hij denkt dat kranten veel kosten kunnen wegdrukken door meer digitaal te gaan doen.

Informatie hulporganisaties

Koch maakt regelmatig gebruik van informatie van hulporganisaties. *„Dit doe ik nadrukkelijk niet als het puur gaat om fondsenwerving. Dan moet de betreffende organisatie maar op zoek gaan naar een andere krant.”* Koch zegt een nauwe samenwerking te hebben met Oxfam Novib en IMF. Bij deze laatste zouden veel gespecialiseerde lobbyisten zitten.

Persreizen

Koch is zelf in de jaren negentig op reis geweest met ICCO. Hij ging naar een project over paranoten in Brazilië. Koch staat niet heel negatief tegenover reizen, die deels gefinancierd worden door hulporganisaties. Volgens hem is dit soms ook een middel om überhaupt ergens te kunnen komen en om aandacht te kunnen besteden aan het betreffende onderwerp. Koch gaat niet zomaar in zee. Zo moet het uiteindelijke product aan alle journalistieke eisen kunnen voldoen, moet de journalistieke onafhankelijkheid behouden blijven en gaat hij alleen akkoord als het om kosten gaat die de krant echt niet kan dragen. Volgens Koch is de grootste belemmerende factor voor zo’n persreis onafhankelijkheid. Hulporganisaties zijn gebaat bij positieve verhalen en zouden kritische beelden niet op prijs stellen.

PR hulporganisaties

„Ik zie steeds meer mails van hulporganisaties in mijn mailbox verschijnen. Dat vind ik niet vervelend. Ik heb eerder zoiets van: bombardeer mijn mailbox maar, dan zie ik zelf wel wat ik eruit vis. Ik merk wel dat hulporganisaties de afgelopen jaren wat actiever hierin worden.”

Voldoende aandacht OS

Koch vindt dat zijn krant voldoende aandacht besteedt aan OS. *„Trouw besteedt naar verhouding behoorlijk veel aandacht aan OS. We zijn leidend op dit gebied. Alleen al het feit dat ik vooraf aan bekendmaking een versie van het WRR rapport in handen had moet genoeg zeggen.”*

Toekomstperspectief

„Steeds meer moet er gebruik gemaakt worden van digitale middelen. De papieren krant kost naar verhouding veel: zo worden er elke dag stapels papier verbruikt, tientallen krantenjongens op pad gestuurd enzovoorts. Dit is een van de grootste kostenposten bij de krant en ik zie dit in de toekomst meer overgaan naar internet e.d.”

Interview

Gerhard Wilts, chef buitenlandredactie Nederlands Dagblad (interview 17-06-2010)

Kort profiel

Wilts werkt al 5 jaar op deze functie. Hij is al 28 jaar in het vak, waarvan 25 bij het Nederlands Dagblad.

Bezuinigingen:

– „Het Nederlands Dagblad heeft minder budget door de bezuinigingen. Dat betekent minder correspondenten, minder gebruik van freelancers en minder redactionele ruimte in de krant.” Dat laatste komt doordat de krant door de verminderde advertentieverkoop dunner wordt

– Op de buitenlandredactie zijn geen ontslagen gevallen.

– Wilts durft niet te zeggen dat de bezuinigingen invloed hebben op de kwaliteit van berichtgeving. „Natuurlijk merk je wel dat er sprake is van een crisis, maar wij kunnen daar prima mee omgaan. Het is ons vak om goede stukken te schrijven en dat doen we. Daar zijn we professionals voor.”

Voldoende aandacht OS

Wilts vindt dat zijn krant voldoende aandacht besteedt aan OS.

Kwaliteit

Wilts vertelt dat hij altijd zijn uiterste best doet om kwalitatief goede stukken te leveren. Hij vertrouwt hierbij op de journalistieke vaardigheden van zijn redactie. Toch is het soms nog best lastig om goede stukken te maken, vertelt hij, bijvoorbeeld als het gaat om artikelen over crisisgebieden. Dan is het wel eens moeilijk om aan informatie te komen en kan de krant meer afgaan op de informatie van één hulporganisatie. Wilts zegt liever gebruik te maken van meerdere bronnen.

Informatie van hulporganisaties

– Wilts zegt geregeld gebruik te maken van informatie van hulporganisaties. „Soms komen ze direct met nieuws naar ons toe, maar soms gaat het ook indirect, bijvoorbeeld via de bladen die ze uitgeven.”

– minstens eenmaal per week verschijnt op de buitenlandpagina een item waarbij informatie van een hulporganisatie is gebruikt. Dit hangt af van de actualiteit.

- Volgens Wilts wisselt het in hoeverre hij wat heeft aan de informatie van hulporganisaties „Soms komen hulporganisaties met inhoudelijk goede informatie maar heeft het weinig nieuwswaarde waardoor je het niet kunt gebruiken.”

PR hulporganisaties

„Hulporganisaties hebben over het algemeen goede communicatiemedewerkers en zijn goed in PR.”

- Wilts merkt niet dat hulporganisaties, door de bezuinigingen in hun sector, meer hun best doen om in the picture te komen

Persreizen

- Het beleid is om te streven naar onafhankelijkheid. Toch wordt er geregeld gebruik gemaakt van dergelijke reizen, in de meeste gevallen financiert het Nederlands Dagblad zoveel mogelijk zelf. Er worden altijd afspraken gemaakt over de kosten. Dit betekent meestal dat het Nederlands Dagblad de tickets betaalt maar bij het vervoer en de verblijfskosten maakt de krant geregeld gebruik van hulporganisaties.

Interview

Gerbert van der Aa, freelancer voor o.a. NRC Handelsblad en Elsevier, schrijft veel over OS (interview 16-06-2010)

Kort profiel

Hij studeerde geschiedenis (specialisatie: Islamitisch deel van Afrika). Na zijn studie werkte hij een tijdje bij RTL nieuws en als landeskundige bij Amnesty. Sinds 1995 is hij actief als freelancejournalist.

Journalistieke aandacht OS

Volgens Van der Aa wordt er in de dagbladsector voldoende aandacht besteed aan OS. Al vindt hij dat de kwaliteit vaak te wensen overlaat. „Zo stonden er vorig jaar in De Volkskrant voortdurend verhalen van ICCO-projecten geschreven door Rolf Bos. In deze stukken las ik nooit kritiek op de projecten.”

- Volgens Van der Aa is er in verhouding veel te veel aandacht voor de mooie kanten van OS. „ Er wordt te vaak mooi weer gespeeld.”

De journalist vindt dat er best wel meer aandacht besteed mag worden aan de andere kanten van OS. Bijvoorbeeld hoe moeilijk het is om OS-geld te besteden, maar ook of OS eigenlijk wel nuttig is.

Kwaliteit van journalisten

„ Ik twijfel aan de kwaliteit van journalisten. Toen ik nog niet werkzaam was als journalist werkte ik een tijdje als landeskundige Algerije bij Amnesty en werd regelmatig geïnterviewd. Wat ik merkte was dat ik voortdurend verkeerd geciteerd werd, ook bewust. Sommige journalisten waren echt uit op een goede quote. Volgens mij is dit alleen maar meer geworden nu de dagbladen onder druk staan.”

- De Volkskrant zou zo gemakkelijk informatie overnemen van het NRC en deze krant zou op haar beurt weer de BBC en Washington volgen. „Laatst zag ik dit nog toen BBC Nigeria de zesde grootste olieproducent ter wereld noemde, dit is in werkelijkheid de dertiende. Even zag ik dit ook terug bij het NRC en later ook bij de Volkskrant.”

Ontvankelijkheid kritiek

Van der Aa stelt dat journalisten niet ontvankelijk zijn voor kritiek op hun werk. Het boek van Joris Luyendijk, dat hierop in gaat vindt hij dan ook erg goed. Een voorbeeld uit de praktijk: in de Volkskrant stond een recensie van een boek dat Van der Aa heeft geschreven. In deze recensie stond dat alcohol in de hele islamitische wereld in het openbaar is verboden, dat is niet zo. „Er zijn genoeg Arabische landen waar je openbaar een biertje kunt bestellen en opdrinken”, aldus de journalist. Hij vond het erg schokkend dat de recensie was geschreven door een deskundige op het gebied van de Arabische wereld. Van der Aa heeft vervolgens een brief naar De Volkskrant gestuurd, maar kreeg als reactie dat de krant het volste vertrouwen had in haar redacteurs en de brief zou doorsturen. In de krant is de brief nooit geplaatst.

Vatbaarder PR

Volgens Van der Aa is de neiging om kritiekloos beweringen over te nemen van hulporganisaties de afgelopen jaren toegenomen. Een voorbeeld: Trouw maakt, wat betreft Afrika, veel gebruik van freelancers. Deze worden vaak slecht betaald. Het gevolg hiervan is volgens Van der Aa dat de journalisten er iets bij moeten doen om het winstgevend te maken. Vaak zouden freelancers vervolgens opdrachten gaan doen voor hulporganisaties als de leprastichting. Volgens van der Aa kun je deze journalisten bijna geen journalisten meer noemen.

Berichtgeving OS algemeen

- Van der Aa vindt het jammer dat er zoveel aandacht wordt besteed aan OS. Hij vraagt zich af of het eigenlijk wel zo belangrijk is dat wij OS hulp bieden. „ Ik denk dat er heel veel goede bedoelingen zijn, maar denk niet dat deze altijd het verschil maken. Ik geloof meer in investeren op economisch gebied en niet OS. De ultieme drijfveer zou economie moeten zijn, niet moraliteit.”

- De journalist stelt dat er eigenlijk maar weinig behoefte is aan buitenlandverslaggeving. „Dit is ook niet gek, want het wordt wel erg saai worden als je de kranten volzet met bijvoorbeeld verkiezingsvoorbereidingen in Afrikaanse landen.”

Persreis

Van der Aa heeft wel eens steun gehad van een hulporganisatie, maar liet nooit zijn hele reis betalen. Zo ging hij aan het begin van zijn carrière mee met een reis dat deels gesteund werd door Unicef. Hij werd naar hun project gebracht en schreef ook stukjes voor hen. De journalist zegt dat hij toen voortdurend het idee had dat het niet klopte en voor de gek werd gehouden. Later had hij ook geen zin meer in dergelijke reizen.

- Ook ging Van der Aa ging ook eens met steun van defensie naar Tjaad, die daar op vredesmissie was. Hij verbleef een aantal dagen in hun kamp en werd op sommige gebieden gefaciliteerd, zoals een lokale vlucht.

- Van der Aa zegt dat persreizen vaak leiden tot bevooroordeelde artikelen. „Hulporganisaties doen altijd hun uiterste best om goed naar voren te komen in een artikel. Ze houden niet van kritische stukken. Zo schreef ik ooit waarom een krant die was opgezet met steun van ICCO ten onder was gegaan. Hier waren ze niet blij mee.”

Brongebruik

De journalist gebruikt altijd zo veel mogelijk bronnen. „Het blijft altijd een kwestie van wiken en wegen welke bronnen ik wel en niet ga gebruiken. Ik stel mezelf altijd kritisch de vraag waarom een bron bepaalde informatie naar buiten brengt.” Van der Aa gelooft lang niet alle cijfers van onderzoeken, die van Oxfam Novib en VN vindt hij wel ok, maar het zou nog beter zijn als informatie afkomstig is van universiteiten zoals Oxford. „Eigenlijk vertrouw ik alleen cijfers van wetenschappers”, zegt de journalist. Hij heeft alleen weinig vertrouwen in de Universiteit van Bristol, die zou al een aantal maal met verkeerde cijfers naar buiten zijn gekomen.

Transparantie hulporganisaties

Van der Aa vindt hulporganisaties niet transparant genoeg. Het mag er volgens Van der Aa wel wat duidelijker bovenop liggen dat hulporganisaties bedrijven zijn die elkaar beconcurreren, al zien zij zichzelf zo niet. Dit besef mag ook wel wat meer doordringen in maatschappij en bij journalistiek vindt Van der Aa

Economische crisis

Van der Aa merkt in zijn dagelijks werk niet veel van de crisis. Wel ziet hij dat andere freelancers hierdoorminder opdrachten krijgen.

Interview

Rob Vreeken, buitenlandredacteur De Volkskrant (interview 14-06-2010)

Kort profiel

Vreeken werkt al 27 jaar voor Volkskrant en begon in 1983 op de redactie binnenland. Vanaf 1988 zit hij op de redactie buitenland. Ook zit hij in de redactieraad.

Grote veranderingen/ internet

De grootste verandering sinds zijn aantreden vindt Vreeken de komst van internet. Hierdoor maakt hij nu van andere bronnen gebruik dan vroeger. Vroeger haalde hij zijn informatie vooral via buitenlandse kranten, persbureaus, de bibliotheek en het eigen netwerk. Volgens Vreeken is het door de komst van internet mogelijk geworden om onderwerpen te verslaan die hij vroeger niet goed in beeld kon krijgen.

Een voorbeeld: *„In 1989 ging ik voor het eerst naar het buitenland voor de krant, naar New Delhi in India. Van een collega had ik zijn hele adressenbestand gekregen. Welgeteld één telefoonnummer van een lokale verslaggever. Toen ik aankwam bleek hij niet eens in het land. Op zo'n moment voel je je best wel verloren in die grote, nog onbekende stad. Door te zoeken in telefoongidsen en zelf contacten te leggen lukte het me uiteindelijk wel om genoeg informatie te vinden voor een artikel. Internet heeft het wel gemakkelijker gemaakt, ik ga nu altijd op stap met een hele reeks aan contactpersonen.”*

Bezuinigingen

„Je merkt toch dat er flink bezuinigd wordt en dat is niet altijd bevorderlijk voor de kwaliteit. Dit was anders toen ik begon en er nog meer financiële middelen beschikbaar waren.” Vreeken zegt dat het aantal redacteurs op buitenlandredactie sinds zijn aantreden is geslonken. Het verminderde aantal redacteurs noemt Vreeken geen achteruitgang voor de journalistieke werkzaamheden op de buitenlandredactie. *„Er kon ook wel wat van af, we zaten qua buitenlandredactie ruim in het vet.”*

-Vreeken zegt dat het budget voor de buitenlandredactie is verminderd, en dat de redactie hier zo goed mogelijk op heeft ingespeeld door hervormingen. Zo deed de buitenlandredactie voorheen zelf de eindredactie van haar pagina's, maar dit is nu centraal geregeld. Dit bespaart de redacteurs tijd, zij kunnen zich nu meer richten op het schrijven van verhalen.

Meer freelancers

Volgens Vreeken is er een trend om alles steeds goedkoper te doen. Zo worden er steeds meer freelancers aangetrokken om op locatie verslag te doen. Voorheen werden veel vaker personen in vaste dienst op pad gestuurd. Soms ging zelfs een heel gezin op kosten van de krant naar het buitenland: *„Zelfs de school van de kinderen werd betaald. Dit was wel uitzonderlijk hoor, maar het geeft wel aan hoe ruim wij in die tijd, de jaren tachtig, in het vet zaten.”* Volgens Vreeken wordt er nu ook geprofiteerd van het feit dat veel journalisten wel als buitenlandverslaggever voor De Volkskrant aan de slag willen: *„We maken gebruik van de werking van vraag en aanbod.”* Volgens Vreeken worden sommige freelancers hierdoor wel te goedkoop betaald

Kwaliteit freelancers

Volgens Vreeken is het bij freelancers altijd maar afwachten welke kwaliteit er geleverd wordt: *„Dit is anders bij eigen correspondenten, daarvan weten we dat ze goed zijn. Zij zijn bij ons in vaste dienst en aangenomen na een hele sollicitatie en selectieprocedure.”* Vreeken geeft aan dat de kwaliteit die freelancers leveren meer dan incidenteel tegenvalt en moet worden herschreven. *„We hebben ook een aantal freelancers volledig afgewezen, dat is nooit leuk.”*

Werkdruk

Vreeken geeft aan dat de werkdruk hoger is dan voorheen. Dit zou ook komen door de komst van het tabloid-formaat. Hierdoor is de ruimte voor de buitenlandpagina's groter geworden. Van twee grote pagina's is de redactie over gegaan op 5 tabloid-pagina's. *„Waar we vroeger 150 tot 300 woorden aan een onderwerp kwijt waren is dat nu zo 500 tot 600. De stukken worden langer en we moeten meer schrijven met hetzelfde aantal mensen.”* Vreeken was aanvankelijk bang voor verschraving door komst tabloid, maar dit viel hem toch nog wel mee. Desondanks geeft hij aan dat er best wel iemand op de buitenlandredactie bij zou mogen.

Berichtgeving OS

Vreeken vertelt dat hij niet zozeer direct schrijft over OS, maar wel veel artikelen schrijft in de sfeer van. *„Ik schrijf meer over de maatschappelijke werkelijkheid rondom ontwikkelingssamenwerking. Dat vind ik het meest interessant.”* Vreeken vindt het iets minder leuk om puur over OS-projecten te schrijven.

Informatie hulporganisaties

„Ik ben zelf huiverig in het gebruik van informatie van hulporganisaties, maar weet niet hoe mijn collega's hierin staan.” Vreeken geeft aan altijd heel kritisch te kijken naar de informatie die hij gebruikt. Hij zegt dat het gebruik van informatie van hulporganisaties voor journalisten soms erg aanlokkelijk kan lijken, maar dat het ook de meest gemakkelijke weg is. Vreeken gebruikt maar zo nu en dan informatie van hulporganisaties, bijvoorbeeld ter voorbereiding van een reis. Zo ging hij een tijdje geleden naar Afghanistan. Ter voorbereiding ging hij in gesprek met Raymond Bernardus van ICCO (Afghanistan-deskundige). Vreeken vertelt dat hulporganisaties erg handig kunnen zijn voor praktische informatie, logistieke hulp en veiligheid. Vreeken geeft aan dat hij sommige plekken in Afghanistan niet had kunnen bezoeken zonder steun van hulporganisaties.

Beleid Persreizen

Vreeken zegt dat de Volkskrant algemene journalistieke gedragsregels heeft opgesteld, waarin het een en ander staat over persreizen. Uit deze gedragsregels: *„Overheden, instellingen en reisorganisaties bieden geregeld persreizen aan. Alleen met toestemming van de hoofdredactie mag op zo'n uitnodiging worden ingegaan. Voorwaarde is dat de reis een duidelijk journalistiek doel dient. De verblijfskosten tijdens een aangeboden reis zijn in principe voor rekening van de krant.”* Vreeken geeft aan dat de praktijk nogal eens afwijkt van deze theoretische regel.

Aandacht OS

Vreeken vindt dat er kwantitatief soms wel wat meer aandacht aan OS besteed mag worden bij De Volkskrant. *„Naast de buitenlandredactie besteedt ook de redactie economie aandacht aan dit onderwerp, maar vanuit een andere invalshoek. Ontwikkelingssamenwerking en de problematiek daarachter valt niet onder één redactie, waardoor sommige items tussen wal en schip vallen.”* De problematiek in ontwikkelingslanden zou volgens Vreeken wel wat meer belicht mogen worden.

PR hulporganisaties

Vreeken merkt niet dat hulporganisaties door de crisis meer hun best doen om in the picture te komen. Hij zegt dat er weinig input vanuit hulporganisaties naar kranten gaat. Daar heeft de economische crisis niet veel aan veranderd. Vreeken denkt dat het goed is om regelmatig contact te hebben met hulporganisaties: *„Niet zozeer om te agenderen, maar om van gedachten te wisselen en elkaar op ideeën te brengen.”*

Interview

Ab Jansen, buitenlandredacteur Reformatorisch Dagblad (interview 3-06-2010)

Kort profiel

Ab Jansen werkt al 25 jaar als buitenlandredacteur voor het Reformatorisch Dagblad. Voorheen had hij als specialisatie Zuidoost-Azië. De buitenlandredactie wordt ingevuld met 3,5fte. Jansen zelf is fulltime bezig met het schrijven van achtergronden, soms springt hij zijn andere collega's bij.

Economische crisis

Jansen vertelt dat door de economische crisis is gekort op de buitenlandredactie. Toch was dit niet de voornaamste reden, zegt hij. Dat was namelijk het leesgedrag. Uit eigen onderzoek bleek namelijk dat buitenlandnieuws niet echt gelezen werd. Dus werd gesneden in buitenlandredactie.

Kwaliteit

Op de buitenlandredactie van het Reformatorisch Dagblad wordt flink bezuinigd en Jansen vraagt zich wel eens af op welke manieren dat invloed kan hebben op de kwaliteit. Hij merkt dat de komst van internet invloed heeft op de manier van werken en stelt dat steeds vaker wordt meegegaan met de waan van de dag. „*De verleiding tot populisme is heel groot, want het gaat steeds vaker om de vraag hoeveel consumenten levert het op.*”

Berichtgeving OS

Hoeveel Jansen schrijft over OS hangt voornamelijk af van de actualiteiten. Bij zijn krant schrijft hij er in verhouding vrij veel over.

Voldoende aandacht OS

Jansen vindt dat zijn krant wel iets meer aandacht aan OS kan besteden, maar is ook niet heel ontevreden over de hoeveelheid aandacht die zijn krant nu aan dit onderwerp geeft. Jansen vindt dat de identiteit van de krant meer gekoppeld mag worden aan ontwikkelingssamenwerking: „*Jezus zorgde ook voor de armen, wij zouden daar meer een voorbeeld aan mogen nemen.*” Jansen stelt dat zijn krant wel wat meer idealistisch over het onderwerp mag omspringen.

Voldoende kwaliteit OS

Jansen zegt dat de kwaliteit van berichtgeving over OS in zijn krant beter kan: „*Er is nu een mentaliteit om stokpaardjes te berijden. Daarnaast wordt er te vaak gezocht naar een eenvoudige pakkende quote. Deze wordt vervolgens ook net iets te vaak gezocht bij christelijke hulporganisaties.*”

Persreizen

Jansen vertelt dat bij het Reformatorisch Dagblad persreizen rijkelijk over tafel vloeien. Onder een persreis verstaat Jansen een volledig georganiseerde reis van een organisatie, met de insteek om vervolgens over die organisatie te schrijven. „*Ik heb zelf twee keer zo'n toeristenreisje gedaan, maar het heeft niet mijn voorkeur.*” De journalist vertelt dat hij liever zelf het initiatief neemt voor een reis en vervolgens zelf organisaties benaderd om te kijken of ze kunnen samenwerken. Jansen zegt dat samenwerking soms ook gewoon nodig is omdat zijn krant niet veel budget heeft voor reizen. „*Het is soms best wel knokken hoor, om op reis te kunnen.*”

Reis naar Sri Lanka

Jansen vertelt dat hij binnenkort op reis gaat naar Sri Lanka in samenwerking met ZOA vluchtelingen zorg. Van deze reis wordt 50% betaald door het Reformatorisch Dagblad en 50% door de hulporganisatie. Het initiatief voor deze reis komt van Jansen. Hij wilde graag meer aandacht besteden aan de Tamils in Sri Lanka. Jansen vertelt dat hij deze reis het liefst op kosten van zijn krant had gemaakt, maar deze heeft daar het budget niet voor: „*Als ZOA vervolgens niet had aangeboden de helft van de reis te betalen, was er helemaal geen verhaal over de Tamils gekomen.*”

-Jansen wilde in Sri Lanka het liefst naar het noordelijk gedeelte Jafna. Dit ging helaas niet door omdat je hier een permit voor nodig hebt en ZOA wilde hier niet aan meewerken. Jansen wilde wel graag een deel van het oorlogsgebied bezoeken, maar ook hier was ZOA geen voorstander van. De hulporganisatie wilde namelijk niet dat hun naam geassocieerd zou worden met Jansen die daar als journalist naar toe. Het zou ZOA in een slecht daglicht kunnen plaatsen. Uiteindelijk gaat Jansen toch naar het oorlogsgebied maar met een toeristenvisum. Op het moment dat Jansen het gebied intrekt, neemt de hulporganisatie afstand van hem.

-Jansen vertelt dat hij zijn stukken daar onder pseudoniem gaat publiceren zodat de militairen er niet achter komen dat hij als journalist in het gebied zit.

Voordeel samenwerkingsverband

Volgens Jansen kan een samenwerkingsverband met een hulporganisatie erg nuttig zijn, doordat zij je veel over het gebied kunnen vertellen. Verder hebben zij daar contacten en kunnen je als journalist veiligheid bieden.

Journalistieke belangen

Jansen vertelt dat zijn samenwerkingsverband met ZOA vluchtelingen zorg tot stand is gekomen vanuit een gezamenlijk doel. Namelijk om iets onder de aandacht te brengen; de Tamils. „*ZOA vroeg wat ik precies wilde doen en daarmee zijn we samen aan de slag gegaan.*” Jansen zegt dat hij weliswaar samenwerkt met ZOA, maar toch zoveel mogelijk probeert om zijn eigen journalistieke belangen te bewaken. „*Ik wil niet te veel focussen op één organisatie, dat is tegen mijn journalistieke principes.*” Het is altijd goed om op meerdere paarden te wedden, stelt Jansen en dat doet hij dan ook. „*Naast ZOA onderhoud ik ook contacten met mensen die ik daar ken en ook met andere hulporganisaties. Zo heb ik contact met het Rode Kruis die mij helpt om een artikel over kindsoldaten te maken.*”

Meer PR

Jansen merkt niet dat hulporganisaties door de economische crisis meer aan PR doen. Hij vindt dat hulporganisaties altijd al veel contact zoeken met zijn krant.

Berichtgeving OS algemeen

Jansen zegt dat de journalistiek over het algemeen tamelijk oppervlakkig schrijft over OS. Er zou gebrek zijn aan context.

Interview

Femke van Zeijl, freelancer voor o.a. NRC Handelsblad, Opzij en Vrij Nederland, schrijft veel over OS (interview 21-06-2010)

Kort profiel

Van Zeijl begon in 1996 als journalist bij De Gelderlander, dit was na afloop van haar stage. Toen ze werd gevraagd voor de politieke redactie stopte ze bij deze krant. Ze ging verder als freelance journalist.

Crisis

-Van Zeijl merkt zelf weinig van de gevolgen van de economische crisis. „*Ik heb inmiddels enige positie verkregen en kan gerust mijn eigen tarief hanteren. Hierdoor merk ik wat minder van de crisis dan andere freelancers. Daarnaast heb ik de afgelopen drie jaar aan mijn boek gewerkt en dus minder artikelen verkocht.*” Van Zeijl hoort van andere freelancers dat zij wel last hebben van de economische crisis.

Aandacht OS

Volgens Van Zeijl wordt er teveel aandacht aan OS besteed om een evenwichtig beeld te kunnen scheppen. „*Het gaat te vaak over hulpverlening en dat schept een scheef beeld.*” Afrika is volgens Van Zeijl zoveel meer dan wat er wordt getoond. In Nederland leeft volgens Van Zeijl het beeld dat mensen in Afrika voornamelijk hulpbehoevend zijn. Volgens van Zeijl is dit niet vreemd want dat is ook precies het beeld dat door media wordt geschetst.

Persreis

-Van Zeijl is geen voorstander van reizen met een hulporganisatie. „*Je hebt toch te maken met een bedrijf waarmee je op reis gaat. Dat moet je als journalist niet willen. Je gaat ook niet mee met Shell als die vraagt om te komen kijken.*”

-De kwaliteit van een persreis-verhaal kan volgens Van Zeijl nooit zo goed zijn als een verhaal gebaseerd op een zelfstandige reis. Toch ging de journaliste aan het begin van haar carrière twee keer mee met zo'n reis. De eerste keer ging ze met Unicef naar Mozambique. De tweede keer ging ze naar Soedan. Ze hield er een onvoldaan gevoel aan over. „*Steeds sterker kreeg ik het idee dat ik slechts één dimensie had vastgelegd van een samenleving die veel meer diepte heeft. Dat is het effect van ingevlogen worden in een land dat je niet kent, om vervolgens met een journalistieke tunnelvisie achter een 'verhaal' aan te gaan*”, aldus de journaliste. „*Als je meegaat met een hulporganisatie ga je uit van een probleem. Want zij zitten daar natuurlijk niet voor niets.*”

-De journaliste zegt dat artikelen gemaakt aan de hand van een persreis nu erg aantrekkelijk zijn voor kranten. „*Verhalen van persreizen zijn goedkoop en aantrekkelijk voor kranten en afnemers, zeker met de economische crisis. De 'echte' journalist wordt hiervan de dupe; en kan verhalen minder makkelijk slijten.*”

Hulporganisaties en journalisten

Van Zeijl zegt dat hulporganisaties aan de lopende band hun stempel proberen te drukken op de berichtgeving. Dit vindt ze hun goed recht. „*Het is begrijpelijk van de kant van de ngo's. Hulporganisaties hebben een slag gewonnen als ze iemand meekrijgen met een persreis.*” Ze vindt hulporganisaties over het algemeen best transparant.

Meegaand

-Van Zeijl vindt het jammer dat journalisten desondanks erg meegaand zijn met hulporganisaties. Hulpverleners en journalisten zijn vergelijkbaar met twee verschillende diersoorten; ze hebben allebei een ander doel. Zo moet er volgens Van Zeijl ook vanuit de journalistiek meer naar gekeken worden. Dat journalisten zo meegaand zijn komt volgens Van Zeijl omdat het merendeel van de journalisten er niets verkeerd in ziet: „*Hulporganisaties lijken boven alle schijn verheven want ze dienen goed doel.*”

Waarheidsvinding

-Volgens Van Zeijl doen journalisten niet hard genoeg hun best voor waarheidsvinding. „*Maar journalisten hebben natuurlijk ook een beperking in tijd en bewegingsvrijheid. Dit is een beperking waar je zo goed mogelijk mee om moet gaan als journalist.*”

-Van Zeijl vindt dat journalisten niet hard genoeg hun best doen om de waarheid boven tafel te krijgen. Ze haalt een voorbeeld aan uit haar verblijf in de Congolese stad Goma. Vlakbij deze stad lag een groot vluchtelingenkamp waar de slachtoffers van de Rwandese genocide werden opgevangen. De meeste journalisten verbleven in de stad, en gingen zo nu en dan naar het vluchtelingenkamp om daar verhaal te doen. Volgens Van Zeijl werd hierdoor vergeten dat lokale dorpen elkaar ook opvingen. „*Wij zijn als journalisten overigens niet onschuldig maar moeten bewuster worden van onze selectieprocessen.*”

Brongebruik

-Van Zeijl vindt dat het brongebruik van journalisten die over OS schrijven vaak niet is wat het hoort te zijn. Volgens haar kiezen journalisten soms ook tegen beter weten in voor de makkelijkste weg en gebruiken te weinig verschillende bronnen. Ook zijn journalisten te meegaand met hulporganisaties. Voor een goed beeld zou een journalist juist meerdere bronnen moeten gebruiken, zegt Van Zeijl. Journalisten schetsen hierdoor bewust een eenzijdig beeld, aldus de journaliste.

-Van Zeijl stelt dat journalisten doorgaans weinig gebruik maken van Afrikaanse deskundigen en specialisten. Dat vindt ze jammer: „*Er zit in Afrika veel meer kennis dan soms gedacht wordt. Die moeten we niet uit de weg gaan, maar juist opzoeken.*”

Interview

Evelyne van Lockhorst, persvoorlichtster bij ZOA vluchtelingen zorg (interview 19-04-2011)

Kwaliteit berichtgeving OS

Van Lockhorst vindt de kwaliteit van berichtgeving over OS wisselend. „*Als ik soms stukken lees denk ik wel eens van 'was er maar wat meer research gedaan'. Toch zijn er ook goede stukken. Doorgaans zijn het Reformatorisch Dagblad, het Nederlands Dagblad en Trouw heel kritisch. Zij vragen ook veel door bij interviews.*” Van alle dagbladen vindt Van Lockhorst Trouw het meest kritisch.

Bezuinigingen

ZOA vluchtelingen zorg merkt volgens Van Lockhorst niet zoveel van de bezuinigingen. „*Dit komt ook doordat onze organisatie een vrij trouwe, kerkelijke achterban heeft. Met de collectes vanuit kerken kunnen we goed rondkomen.*”

Contacten met journalisten

-Het afgelopen jaar was er veel nieuws over OS en had Van Lockhorst geregeld contact met journalisten. Met het Nederlands Dagblad had ze veel contact, ongeveer twee tot drie keer per week. De persvoorlichtster zegt dat ze bij sommige kranten soms wel heel hard haar best moet doen om haar geluid te laten horen. „*Vooraf bij Trouw moet ik heel erg mijn best doen.*”

-„*Journalisten houden er helemaal niet van als je ze constant lastig valt met nieuws over je organisatie*”, aldus Van Lockhorst. Volgens haar hebben journalisten het al druk genoeg en zitten ze niet te wachten op een hulporganisatie die telkens vraagt om aandacht.

„*Natuurlijk wil ik graag mijn verhaal vertellen, maar ik probeer er ook op te letten dat ik journalisten niet te veel tijd en energie kost.*”

Volgens Van Lockhorst is het beter om te proberen zoveel mogelijk aan te sluiten bij dat wat de betreffende journalist interessant vindt.

Persberichten

Op dit moment doet ze ongeveer twee keer per maand een persbericht de deur uit. Van Lockhorst denkt dat het versturen van persberichten niet de beste manier is om zich in de kijker te spelen bij journalisten. Direct contact is volgens haar beter. Als Van Lockhorst contact zoekt met journalisten is dit vaak per telefoon, omdat dit journalisten in verhouding niet zoveel tijd en energie kost.

Nieuwe media

Van Lockhorst zegt dat haar organisatie steeds meer mee bezig is met nieuwe media: „*Sinds kort hebben we een Facebook en een Twitter-account opgezet. We zijn nog wel aan het uitproberen hoe we hier het maximale uit kunnen halen. Het is vooral nog een kwestie van proberen.*”

Persreizen

-De persvoorlichtster zegt dat haar organisatie persreizen organiseert. Ze vertelt over een journalist die twee keer met hen op stap was geweest, en er vervolgens mee stopte. „*De journaliste zei dat hij zo enthousiast was geworden over onze organisatie, dat hij er niet*

meer onafhankelijk over kon schrijven. Hij wilde geen bevooroordeelde stukken schrijven en besloot hierdoor om niet meer met ons op reis te gaan. Ik begreep zijn keus."

-Van Lockhorst vertelt over de persreis naar Sri Lanka die ze organiseerde met het Reformatorisch Dagblad (zie ook interview Ab Jansen)

Transparantie

Van Lockhorst weet dat er vanuit de journalistiek kritiek is op de transparantie en objectiviteit van hulporganisaties. Ze vindt dit jammer en doet erg haar best om zo open mogelijk te zijn naar journalisten. Dit is ook het streven van ZOA vluchtelingen zorg; openheid, eerlijkheid en transparantie. „Op gegeven moment moeten journalisten wel aanvoelen dat je echt je best doet om de berichten die je naar buiten brengt zo feitelijk mogelijk te verslaan”, aldus Van Lockhorst. Volgens haar kun je best een goede verstandhouding hebben met journalisten als je open bent.

Meer halen uit contacten

Van Lockhorst denkt dat ze meer kan halen uit haar contacten met journalisten. Ze wil graag meer contact met de pers en meer mogelijkheden om te netwerken. De persvoorlichtster werkt parttime en denkt dat ze hierdoor niet alles uit haar perscontacten kan halen wat ze wil. Dit zou anders zijn wanneer ze er fulltime mee bezig was.

Meer perscontact beter voor berichtgeving OS

Van Lockhorst zegt dat meer perscontact niet beter zou zijn voor de journalistieke berichtgeving over OS. Voor haar organisatie daarentegen zou het wel beter zijn.

Interview

Rolinda Montsma, persvoorlichtster bij Artsen Zonder Grenzen (interview 13-05-2011)

Berichtgeving over OS

Montsma zegt dat er door de bezuinigingen steeds minder correspondenten zijn bij kranten. Het budget bij kranten is volgens haar duidelijk anders dan zes jaar geleden, dat komt door de crisis. Door het verminderde aantal correspondenten komen kranten steeds minder met een 'eigen' verhaal, zegt Montsma dat vindt ze jammer. „Wanneer je een verhaal van dichtbij vertelt, gaat het veel meer leven. Het wordt sprekender.” Volgens de persvoorlichtster zijn de correspondenten die er nog zijn, erg goed: „Ze zijn doorgaans goed op de hoogte van wat er speelt.”

Journalisten vatbaarder voor PR

Montsma merkt niet dat journalisten vatbaarder zijn geworden voor PR. „Ik merk eerder dat journalisten kritischer zijn geworden”, zegt Montsma. „Vooral als het gaat over zaken als directiesalarissen zijn journalisten heel kritisch.”

Scherp

Montsma noemt de kritische houding van journalisten goed. Het zou hun organisatie ook helpen om scherp te blijven.

Journalistieke onafhankelijkheid

Montsma vindt het erg belangrijk dat journalisten eigen, onafhankelijke verhalen vertellen: „Onafhankelijke verslaggeving is geloofwaardig en als onze organisatie hierin wordt genoemd geeft dat uiteindelijk ook het beste beeld over ons werk”.

Persreizen

Artsen Zonder Grenzen organiseert geen persreizen, zegt Montsma: „Net als voorheen kunnen journalisten ons natuurlijk wel gewoon in het veld komen opzoeken.”

Persberichten

„Hier zijn we niet te scheutig mee, dat werkt toch niet.”

Transparantie hulporganisatie

De persvoorlichtster zegt dat ze zo transparant mogelijk probeert te zijn over het werk van haar organisatie. Over mogelijke PR-belangen die mee kunnen spelen in haar werk zegt ze: „In onze organisatie zijn fondsenwerving en persvoorlichting strikt van elkaar gescheiden. Het is niet mijn doel om als persvoorlichtster fondsen te werven, gelukkig niet. Ik vertel alleen wat er binnen de organisatie gaande is.” Volgens Montsma fungeert zij als een soort journalist binnen de organisatie.

„Onze organisatie geeft neutraal medische hulp en wij kiezen nooit een kant van het conflict. De informatie die wij aan journalisten vertellen is medisch humanitair. We vertellen alleen wat we zelf met eigen ogen hebben gezien. We gaan niet overdrijven, de situaties zijn van zichzelf al erg genoeg. Journalisten weten ook dat wij zo ons nieuws verslaan.”

-Montsma zegt dat Artsen Zonder Grenzen in 2010 de transparantieprijs heeft gewonnen van Pricewaterhouse & Coopers plus Civil Society. Deze prijs gaat naar de organisatie met het meest inzichtelijke en onderscheidende jaarverslag.

Perscontacten

Montsma is tevreden met de huidige perscontacten. Ze zegt dat journalisten hun organisatie goed kunnen vinden. „We doen ons best om de bestaande contacten zo goed mogelijk te onderhouden”, zegt Montsma. Ze houdt in haar contact met de pers goed rekening waar ze met welke informatie naar toe gaat: „De Volkskrant richt zich bijvoorbeeld eerder op noodhulp dan de Telegraaf, terwijl je bij deze laatste weer eerder met een mooi en aangrijpend verhaal terecht kunt.”

-Montsma denkt niet meer te kunnen halen uit de perscontacten

Interview

Ruud Huurman, persvoorlichter bij Oxfam Novib (interview 13-05-2011)

Kort profiel

Huurman werkt al 14 jaar als persvoorlichter. Tussen 1995 en 2004 werkte hij bij Artsen Zonder Grenzen, daarna ging hij aan de slag bij Oxfam Novib.

Journalistieke berichtgeving OS

Huurman is niet ontevreden over de huidige berichtgeving over OS. „Ik werk al veertien jaar als persvoorlichter en merk wel dat journalisten de afgelopen jaren kritischer zijn geworden.” Volgens Huurman komt dit onder andere doordat er nu in de maatschappij en politiek veel discussie is over het effect van hulp. Een paar mensen zouden hier trendsetter zijn zoals Arend Jan Boekestein.

-Huurman zegt dat er steeds minder specialisten bij media zitten. Ook zouden er steeds minder correspondenten zijn die een gebied bestrijken. Ruim vijftien jaar geleden was dit volgens Huurman anders.

Gevoeliger PR

Huurman merkt niet dat de bezuinigingen in de dagbladsector journalisten gevoeliger hebben gemaakt voor PR.

Journalisten kritischer

„Ik vind het juist goed dat journalisten kritischer zijn geworden. Het gaat ook om belangrijke zaken en wat hulporganisaties doen moeten zij goed doen. Vroeger was deze verhouding wel anders en hadden wij een soort mandaat van deskundigheid, nu moeten we

meer verantwoording afleggen. Ik vind dat niet erg, het houdt ons juist scherp. Wel vind ik het jammer dat de kritische houding tegenover hulporganisaties soms omslaat in cynisme. Dan kun je niet meer met elkaar in discussie gaan en gaat het er vooral om dat de ander zijn punt kan maken. Dit soort geluiden zie je vooral op social media heel sterk."

Nieuwe media

Huurman zegt dat het steeds belangrijker wordt om gevonden en genoemd te worden op internet. Ze investeren ook flink in hun website: „Het is een heel handig middel voor mensen die wat meer willen weten over het werk dat wij doen. We kunnen op de website goed uitleggen wat we precies doen. In het kader van transparantie proberen we ook steeds meer op onze website te plaatsen."

Perscontacten

„Ik ben wel tevreden over onze perscontacten. Onze perscontacten zijn ook altijd functioneel, we willen geen plannen smeden om meer in de picture te komen. Journalisten doen hun werk en wij doen ons werk. Pas als journalisten iets interessant vinden, dan komt het in het nieuws. Zo werkt het spel en dat is prima." Huurman weet dat journalisten er niet van houden om intensief benaderd te worden en houdt hier rekening mee.

Huurman zegt dat de perscontacten meestal verlopen via telefoon of per mail: „We hebben een uitgebreid bestand van journalisten van uiteenlopende media die regelmatig met dit onderwerp in aanraking komen. De contacten zijn vaak persoonlijk, dat werkt ook het beste want zo kunnen we beter op elkaar aansluiten. Als ik hier een onderwerp zie, dat precies past bij het werk van een bepaalde journalist, zal ik juist daar naar toe stappen."

Geloofwaardigheid

„We willen zo geloofwaardig mogelijk zijn", zegt Huurman „daarom proberen we om de informatie die we naar buiten brengen zo feitelijk mogelijk te houden. Als journalisten dat willen kunnen we rapporten die nog moeten uitkomen onder embargo toesturen."

Persberichten

„Deze doe ik niet te vaak de deur uit want dan is het niet meer geloofwaardig."

Bezuinigingen bij hulporganisatie

Huurman zegt dat zijn organisatie de pijn van de bezuinigingen voelt. Tot voor kort zou het geldkraantje prima stromen maar dat is veranderd. Nu zitten hun partners noodgedwongen zonder steun. „Dat is jammer en het zou mooi zijn als mensen meer inzicht krijgen in ons werk, en begrepen hoe complex ons werk in elkaar zit. Bij OS boek je geen eindresultaten in twee tot drie jaar, daar gaat veel meer tijd overheen. Als mensen zich hier meer van bewust zijn is het niet meer dan logisch hierin tijd en geld te investeren."

Bezuinigingen reden meer perscontact

Huurman zegt dat de bezuinigingen geen reden zijn om meer naar voren te treden bij journalisten. „Ik ben op dit moment erg tevreden over de manier waarop wij in het nieuws komen en hoe onze contacten met journalisten verlopen."

Belang media aandacht

Huurman geeft aan dat Oxfam Novib best wat belangen heeft om in de media te komen. Vooral door de kritische houding tegenover hulporganisaties in de maatschappij.

Vroeger journalisten minder kritisch

Huurman zegt dat journalisten vroeger (voor de jaren negentig) veel minder kritisch waren. Volgens Huurman zag je in de jaren 80 geregeld dat persberichten van hulporganisaties grotendeels werden overgenomen door journalisten. „Nu is het al bijzonder als er een paar regels uit zo'n persbericht worden overgenomen." Huurman haalt een gesprek aan dat hij halverwege de jaren negentig met een journalist hierover voerde, „Ik sprak met een journalist die veel samen had gewerkt met hulporganisaties, maar zich daar toch oprecht over verbaasde. Hij begreep niet hoe hij zo kritiekloos had kunnen zijn, terwijl hij bij andere bedrijven en organisaties wel heel kritisch was." Huurman denkt dat de kritischer en afstandelijker houding in de journalistiek ook heel positief is geweest voor de journalistieke kwaliteit van berichtgeving over OS.

Meer gespannen verhouding

De verhouding tussen journalisten en hulporganisaties wordt eind jaren negentig steeds vaker gespannen. Volgens Ruud Huurman was de Greenpeace affaire hier een grote katalysator van. De organisatie was boos op Shell die een olieplatform wilde afzinken, dat zou slecht zijn voor het milieu. Greenpeace kwam met cijfers die gretig werden overgenomen door journalisten. Zo ook dachten journalisten dat de aangedragen oplossing van Greenpeace veel beter zou zijn. „Later bleek dat er gesjoemeld was met de cijfers en bleek dat de oplossing van Greenpeace helemaal niet zoveel beter was voor het milieu. Journalisten voelden zich terecht bij de neus genomen en werden steeds kritischer ten opzichte van goede doelen en hulporganisaties. Deze zaak zorgde ervoor dat er steeds meer spanningen kwamen tussen beiden."

Interview

Mieke Wouters, persvoorlichtster bij WarChild (interview 16-05-2011)

Huidige berichtgeving OS

Wouters zegt dat er relatief weinig over OS wordt geschreven. Zaken als directiesalarissen zouden hierin relatief vaak naar voren komen. Volgens de persvoorlichtster is er meer negatief nieuws dan positief nieuws. Ze vraagt zich wel eens af of er wel voldoende balans is in de verslaggeving. De kwaliteit van de berichtgeving wisselt van geval tot geval, vindt Wouters.

Scepsis

Wouters merkt meer scepsis bij het publiek over de noodzaak en de effectiviteit van OS. Er is een trend om minder vertrouwen te hebben in de overheid, politie en dergelijke aldus Wouters. Je ziet dit terug bij journalisten, die stellen hierover meer vragen. De persvoorlichtster vindt dit niet erg: „Mensen hebben uiteindelijk ook het recht om te weten wat we precies doen." Wouters stelt dat de toenemende scepsis organisaties als WarChild helpt scherp te blijven.

Transparantie

Wouters vindt het erg belangrijk om transparant te zijn. „Openheid is cruciaal voor ons werk." Wouters vindt dat hulporganisaties helder moeten zijn over wat ze doen en wat ze kunnen bereiken.

Persreizen

Wouters zegt dat haar organisatie geen journalisten meeneemt op persreis. „Hier hebben we geen budget voor en maken we ook geen budget voor vrij."

Belang journalistiek

Wouters zegt dat haar organisatie het erg belangrijk vindt dat mensen betrokken raken bij hun werk. „We hebben het publiek gewoon nodig om ons werk te kunnen doen en proberen hen op de meest uiteenlopende manieren te benaderen." Meer aandacht in de media is een van deze manieren. Volgens haar zijn journalistieke artikelen een belangrijk middel om mensen meer betrokken te maken. „Een goed onafhankelijk bericht komt geloofwaardig over en dat willen we. In die zin is media nog steeds cruciaal. Aan de hand van de grote koppen in de krant worden uiteindelijk vragen gesteld. Maar we zijn voor bekendheid niet alleen afhankelijk van de journalistiek."

Wouters benadrukt dat WarChild ook op heel veel andere manieren bekendheid probeert te krijgen bij het publiek. „Dit doen we

bijvoorbeeld door flyers te verspreiden, acties en concerten te organiseren en mond-op-mond –reclame. We werken met veel verschillende middelen."

Perscontacten

Wouters zou journalisten graag nog uitgebreider informeren over het werk dat WarChild doet. Op dit moment zouden mensen wel in grote lijnen weten wat de organisatie doet, maar hoe het precies werkt komt soms te weinig naar buiten. De persvoorlichtster vraagt zich af in hoeverre ze nog meer uit haar perscontacten kan halen. Meer persoonlijk contact zou hier een bijdrage aan kunnen leveren, zegt ze: „*Maar uiteindelijk heb je toch te maken met een wisselwerking over en weer. Je kunt er niet vanuit gaan dat journalisten zomaar geïnteresseerd zijn.*”