

Het verhaal achter de correspondent

EEN ONDERZOEK NAAR DE UITVOERING VAN HET WERK VAN
DE NEDERLANDSE FREELANCE BUITENLANDCORRESPONDENT



NAAM STUDENT: TARI JANSSEN
STUDENTNUMMER: 454940

SUPERVISOR: DR. C.E. AALBERTS
TWEEDE LEZER: DR. J.M. ENGELBERT

MASTER MEDIA & JOURNALISTIEK
ERASMUS SCHOOL OF HISTORY, CULTURE AND COMMUNICATION
ERASMUS UNIVERSITY ROTTERDAM

MASTER THESIS
22 JUNI 2017

Abstract

De buitenlandcorrespondent speelt een belangrijke rol in de beeldvorming van het buitenland. Nieuws uit het buitenland beïnvloedt zowel de publieke als de politieke opinie. Het is essentieel dat dit nieuws op een correcte manier overgebracht wordt. Toch staat het beroep van de correspondent onder druk. De afgelopen jaren is er veel veranderd in de mediawereld: vaste aanstellingen zijn ingewisseld voor freelancecontracten en salarissen zijn flink omlaag gegaan. Op economisch en technologisch gebied zijn er allerlei ontwikkelingen gaande die zowel een positief als een negatief effect kunnen hebben op het werk van de freelance correspondent, bijvoorbeeld krimpende budgetten, freelance contracten en de opkomst van sociale media. Er is maar beperkt onderzoek gedaan naar de freelance correspondent en de invloed van de veranderingen in het medialandschap op hun werk. Specifieker gezegd is er geen onderzoek gedaan naar de invloed van de ontwikkelingen op het werk van Nederlandse freelance correspondenten.

De focus van dit onderzoek is de uitvoering van het werk van de Nederlandse freelance correspondent. Er is gekeken naar de invloed van economische en technologische ontwikkelingen op de invulling van de professie, de veranderende vraag naar buitenlands nieuws, journalistieke waarden, routines en rolinvullingen en tot slot naar de afname van vaste aanstellingen en daardoor de toename van freelancers. Door middel van interviews met vijftien Nederlandse freelance correspondenten is het onderzoek uitgevoerd. Met deze interviews is inzicht verkregen in de ervaringen van de correspondenten.

Uit de resultaten van deze studie kan geconcludeerd worden dat Nederlandse freelance correspondenten meer moeite moeten doen dan ooit voor een lager salaris. Zij bevinden zich in een nadelige positie ten opzichte van de Nederlandse media. Opdrachtgevers bepalen wat er aangekocht wordt aan verhalen en dus wat er gepubliceerd wordt. De correspondent en zijn opdrachtgevers zijn wel loyaal aan elkaar ondanks de afwezigheid van een vast of retainer contract. Op freelance basis werken betekent hier niet dat de correspondent vrij is om voor elk medium te pitchen. De loyaliteit staat deels vastgelegd in een freelance contract dat meer een exclusiviteitscontract genoemd kan worden: de correspondent mag niet voor een directe concurrent van het medium werken. Hierdoor zijn bijna alle mediumtitels verdeeld en zijn er nog weinig kansen voor correspondenten om nieuwe Nederlandse opdrachtgevers te vinden. Dit betekent dus dat de freelancer geen echte freelancer meer is.

Keywords: *Freelance correspondenten, buitenlandjournalistiek, macht van de media, berichtgeving, productie van buitenlands nieuws, commercialisering, beeldvorming*

Voorwoord

Voor u ziet u mijn afstudeerthesis van de master Media & Journalistiek. Met veel plezier en gezonde tegenzin heb ik aan deze thesis gewerkt. Door mijn eigen avonturen in het buitenland en mijn interesse in media en journalistiek ben ik uiteindelijk bij het onderwerp van de freelance buitenlandcorrespondent terecht gekomen. Er wordt zoveel geschreven over de negatieve spiraal waarin de journalistiek verkeerd waardoor ik mij afvroeg hoe correspondenten zich hierin bewegen en of zij nog wel relevant zijn voor de toekomst. Ik geloofde daar heilig in, maar ik kon er maar niet achter komen hoe freelance correspondenten zelf tegen de situatie van de journalistiek aankijken. Deze thesis zou nooit tot stand zijn gekomen zonder de hulp van een aantal mensen, daarom neem ik nu de gelegenheid om hen te bedanken. Allereerst bedank ik mijn begeleider Chris Aalberts voor zijn directe en eerlijke advies. Wanneer ik er niet meer uitkwam schoot hij altijd te hulp. Daarnaast bedank ik medestudent, vriendin en lotgenoot Elise Barends voor de opbeurende woorden en het samen klagen. Mijn internationale vriendinnen Joëlle Rotsaert en Marta Hidalgo bedank ik voor hun eeuwige geduld en afleiding in de vorm van reality televisie, memes en wijn. Tot slot, wil ik mijn ouders bedanken die elke keer weer in mij geloofden als ik van studie wisselde en met andere toekomstplannen aankwam zetten. Zij bleven mij met open armen ontvangen als ik even de rust in het zuiden van land nodig had om te ontspannen en weer de moed te verzamelen.

Inhoudsopgave

1. INLEIDING	5
1.1 AANLEIDING	5
1.2 ONDERZOEKSVRAAG	6
1.3 KERNCONCEPTEN	7
1.4 RELEVANTIE	8
1.5 LEESWIJZER	9
2. THEORETISCH KADER	10
2.1 RECENTE ONTWIKKELINGEN IN HET NIEUWSLANDSCHAP	10
2.2 INTERNATIONAAL NIEUWS	12
2.2.1 Internationaal nieuws in Nederland	12
2.2.2 Het belang van internationaal nieuws	14
2.2.3 De buitenlandcorrespondent	14
2.3 JOURNALISTIEKE WAARDEN	16
2.3.1 Journalistieke waarden	16
2.3.2 Naleving van de waarden	17
2.3.3 Burgerjournalistiek en journalistieke waarden	18
2.4 ROLOPVATTING	19
2.5 ROUTINES	21
2.6 DE FREELANCER	23
2.6.1 Wat is een freelance journalist	23
2.6.2 De freelance buitenlandcorrespondent	24
2.6.3 Specialiseren als freelancer	25
2.7 CONCLUSIE	26
3. METHODE	27
3.1 KWALITATIEVE ONDERZOEKSMETHODE	27
3.2 DATAVERZAMELING	28
3.3 TOPICLIJST	30
3.4 RESPONDENTEN	31
3.5 ANALYSE	33
3.6 CODEBOOM	34
4. RESULTATEN	36
4.1 ACHTERGROND VAN DE CORRESPONDENT	36
Conclusie	39
4.2 WERKWIJZE VAN DE FREELANCE CORRESPONDENT	40
4.2.1 Positie van de correspondent	40
4.2.2 Verhalen maken	42
4.2.3 Breed inzetten	44
Conclusie	46
4.3 RELATIE	47
4.3.1 Loyaliteit van de Nederlandse media	47
4.3.2 Dienstverband	48
4.3.3 Loyaliteit tussen correspondenten	50
4.3.4 Relatie met buitenlandse media	50
Conclusie	51
4.4 PROMINENTE PLAATSEN	52
4.4.1 Belangen van Nederland	52
4.4.2 Landelijke kranten	52

4.4.3 Vraag naar nieuws.....	53
4.4.4 Minder opdrachtgevers nodig	54
Conclusie.....	56
4.5 NIET-PROMINENTE PLAATSEN	56
4.5.1 Vraag naar nieuws.....	56
4.5.2 Opdrachtgevers en werkwijze	57
Conclusie.....	59
4.6 KRITIEK OP NEDERLANDSE MEDIA	59
4.6.1 Nederlandse link	59
4.6.2 Soort vraag vanuit Nederland	59
4.6.3 Onderschatte meerwaarde van de correspondent	60
Conclusie.....	62
5. CONCLUSIE & DISCUSSIE.....	63
5.1 DE ONDERZOEKSVRAAG, RELEVANTIE EN METHODE	63
5.2 RESULTATEN	63
5.3 DISCUSSIE.....	66
5.4 BEPERKINGEN EN VERVOLGONDERZOEK	68
LITERATUURLIJST	70

1. Inleiding

Freelance correspondenten zijn een groeiende groep binnen de buitenlandcorrespondentengroep. Zij hebben echter zelden in het middelpunt van onderzoek gestaan waardoor er weinig bekend is over deze groep. In deze thesis zijn zij wel de focus en is onderzocht hoe zij te werk gaan in een tijd waarin de mediawereld onderhevig is aan veranderingen. Nu wordt eerst de aanleiding van het onderzoek beschreven, gevolgd door de onderzoeksvraag, kernconcepten, wetenschappelijke en maatschappelijke relevantie en tot slot de leeswijzer.

1.1 Aanleiding

Het beroep van buitenlandcorrespondent lijkt onder druk te staan. Het is oud nieuws dat mediaorganisaties korten op budgetten en nieuwe verdienmodellen proberen te vinden omdat zij onder economische en financiële druk staan. In bijna alle gevallen wordt er bezuinigd op het compartiment internationaal nieuws (Hamilton, 2010; Hannerz, 2004; Kester 2010). Veel grote mediabedrijven hebben buitenlandcorrespondenten in vaste dienst gehad. Daar is nu de tijd niet meer voor. Zij zijn overgegaan op freelance correspondenten. Deze groep correspondenten hoeft niet te worden doorbetaald wanneer de media geen nieuws uit de regio van de betreffende correspondent wil. Door het verlagen van de kosten door mediaorganisaties is er een groei geconstateerd in de concurrentie tussen internationale nieuwsbureaus en individuele journalisten (Boyd-Barrett & Rantanen 2000; Kester 2010). Hamilton & Jenner (2004) menen dat onder andere daarmee de positie van de buitenlandcorrespondent in de mediawereld aan het veranderen is.

Vanuit een financieel oogpunt verandert deze positie ook. Utley (1997) meent dat buitenlandse televisie correspondenten een zeer dure positie zijn voor de zender en dus binnen nieuwsorganisaties. De camera's, microfoons, verblijf, vergunningen en dergelijke kosten enorm veel geld. Daarnaast zijn Wu & Hamilton (2004) van mening dat het publiek minder geïnteresseerd is in internationaal nieuws ten opzichte van nationaal nieuws. De zendtijd van correspondenten is sterk afgenomen in de afgelopen veertig jaar en is ingevuld door binnenlands- en entertainmentnieuws (Utley 1997; Hamilton & Lawrence, 2010). Uit onderzoek blijkt echter dat de meerderheid van de ondervraagde Nederlanders (78%) nog altijd wel geïnteresseerd is in buitenlands nieuws (Lokaalmondiaal et al., 2013). Helaas is niet bekend of dit percentage hoger of lager is dan een aantal jaren geleden.

De daling van buitenlands nieuws op televisie heeft volgens Archetti (2013) te maken met onder andere de komst van het internet en de opkomst van social media. In principe kan iedereen met toegang tot het internet gebeurtenissen verslaan en vaak gratis bekijken. Voorbeelden hiervan zijn bloggers en burgerjournalisten. De content die zij produceren is gratis en voldoet vaak niet aan journalistieke waarden als neutraliteit, onafhankelijkheid en transparantie (Bardoel & Wijfjes 2015). Hierdoor is de kwaliteit van de content vaak slechter ten opzichte van de content die professionele journalisten produceren (Tumber 2006). Ook zorgt het internet ervoor dat nieuws op ieder moment

van de dag beschikbaar is waardoor de nieuwscirculatie sneller is geworden (Bardoel & Wijffes 2015). Nieuw nieuws is na een uur al weer oud nieuws. De snelheid waarmee het nieuws circuleert en de verscheidenheid aan bronnen die men kan raadplegen voor nieuws leiden volgens Hamilton (2009) tot:

“It does not therefore take too much of a stretch of the imagination to see how the very possibility for global audiences to access news in foreign countries at a click of a mouse might lend support to the idea that foreign correspondents are at best unnecessary ‘middle men’, at worst an ‘endangered species’ that is ‘becoming extinct’ (Hamilton, 2009, p. 463).

Hier wordt het idee aangewakkerd dat buitenlandcorrespondenten onnodig zijn. Hamilton (2009) is het hier echter zelf niet mee eens en meent dat het verslaan van buitenlands nieuws door journalisten wel van belang is.

Het belang van het verslaan van buitenlands nieuws is veel onderzocht. De afgelopen jaren is de macht van de media ontzettend toegenomen door het verslaan van internationale crisissen als de oorlog in Bosnië. De media heeft invloed gehad op de politieke koers in tijden van dit soort spanningen (Hamilton 2004; Van Ginneken 2002). Het verslaan van buitenlands nieuws kan dus invloed hebben op de visie die de politiek en burgers hebben op het buitenland. Medialogica speelt daarbij een rol. De media beïnvloeden de agenda van de politiek. Door een onderwerp onder de aandacht te brengen zoals oorlog in Syrië, het presidentschap van Trump, kan het uiteindelijk op de agenda komen van politici (Vliegenthart 2015). Daarbij kan het ook een bijdrage leveren aan de kennis, perceptie en attitude van het publiek ten opzichte van andere landen en culturen (Wu & Hamilton 2004). Buitenlandcorrespondenten hebben een belangrijke rol in het informeren van het publiek en de overheid over buitenlandse gebeurtenissen. Staat de journalistieke werkwijze onder druk door krimpende budgetten en het internet? Het veranderende nieuwslandschap zorgt ervoor dat journalisten hun rol anders moeten gaan invullen. In dit onderzoek staat de rol van de freelancecorrespondent centraal omdat zij een belangrijke taak heeft in informatievervalsing over buitenlands nieuws en haar professie wellicht zou moeten herdefiniëren.

1.2 Onderzoeksvraag

Economische veranderingen en technologische ontwikkelingen hebben eraan bijgedragen dat correspondenten genooddaakt zijn om op freelancebasis te werken. De manier waarop zij nu te werk gaan in een medialandschap dat onderhevig is aan allerlei veranderingen is wellicht anders dan jaren geleden. Om dit te onderzoeken is de volgende onderzoeksvraag geformuleerd:

RQ: Hoe geven Nederlandse freelance correspondenten invulling aan hun correspondentenschap?

De volgende deelvragen dragen bij aan het beantwoorden van de centrale vraagstelling:

1. Hoe beïnvloeden de economische en technologische ontwikkelingen het werk van freelance correspondenten?
2. Hoe beïnvloedt de veranderende vraag naar buitenlands nieuws het werk van freelance correspondenten?
3. Wat betekenen de verschuivingen van journalistieke waarden, rolinvulling en journalistieke routines voor de freelance correspondent?
4. Hoe wordt het werk van freelance correspondenten beïnvloed door de toename van freelance correspondenten en de afname van correspondenten in vaste dienst?

Deze vragen worden beantwoord door middel van een kwalitatieve onderzoeksmethode: interviews. In het totaal zijn er 15 interviews afgenomen met verschillende buitenlandcorrespondenten die verspreid zitten over de hele wereld. Deze interviews zijn gehouden via Skype omdat de correspondenten op het moment van het onderzoek werkzaam waren in hun standplaats. Een uitgebreidere beschrijving van de gebruikte methodes en de resultaten van de interviews zijn verderop in hoofdstuk 3 en 4 te vinden.

1.3 Kernconcepten

Hier volgt een korte beschrijving van de vier belangrijkste concepten in dit onderzoek. Deze concepten worden later in het theoretische kader uitgebreider behandeld.

Journalist: volgens de Instructie van de Raad van Europa (2000) is een journalist een persoon of entiteit die regelmatig actief is met het verzamelen en verspreiden van informatie naar het publiek, via welke vorm van communicatie van ook (Bruning, 2014). Hieraan wordt toegevoegd dat deze persoon of entiteit betaald wordt voor zijn diensten en de Code van Bordeaux in acht neemt tijdens zijn of haar werk. De Code van Bordeaux is een internationale verklaring waarin journalistieke gedragsregels zijn opgenomen die dienen als standaard voor de beroepsgroep.

Nederlandse buitenlandcorrespondent: een individu met de Nederlandse nationaliteit, woonachtig buiten de Nederlandse landsgrenzen en werkzaam als journalist in die regio voor minstens één Nederlands medium, al dan niet als freelancer of in vast dienstverband. Oorlogscorrespondenten worden buiten beschouwing gelaten omdat dit een ander soort correspondent betreft.

Freelance journalist: een zelfstandige journalist die opdrachten van mediabedrijven aanneemt en voor hen pitcht. Deze persoon is niet in vast dienstverband en wordt betaald naar prestatie, dus voor de gemaakte artikelen of producties.

1.4 Relevantie

Het doel van deze thesis is om inzicht te krijgen in hoe een Nederlandse freelancecorrespondent te werk gaat in een tijd waarin de mediawereld verandert. Technologische en economische ontwikkelingen hebben ervoor gezorgd dat nieuws niet meer alleen via traditionele kanalen verkregen kan worden, maar ook via internet op laptops, tablets, smartphones en dergelijke (Bardoel & Wijfjes 2015; Picard, 2015). Correspondenten hebben zich hieraan moeten aanpassen door onder andere zelf het internet op te gaan en multimediaal te werken (Picard, 2015; Siles & Boczkowski, 2012). Hieronder wordt ten eerste de wetenschappelijke relevantie van het onderzoek aangetoond door te laten zien dat er veel gaten zijn in de bestaande literatuur over freelance correspondenten. Na de wetenschappelijke relevantie wordt de maatschappelijke relevantie benoemd.

In de jaren 90 en begin 21^e eeuw is er veel onderzoek gedaan naar buitenlandcorrespondenten en wat het belang van hen is in de nieuwsproductie (Hannerz, 2007; Peterson, 1979; Utley, 1997; Vaughan, 1999; Willnat & Weaver, 2003; Wu & Hamilton, 2004). Sinds die tijd is er veel veranderd op economisch en technologisch gebied maar onderzoek naar de invulling van de professie is nauwelijks geüpdatet. Helemaal niet met betrekking tot freelance correspondenten terwijl deze groep juist in aantal is toegenomen (Kruse Rasmussen, 2012; Sambrook, 2010). In dit onderzoek wordt er daarom wel gekeken naar het belang van freelance correspondenten in de nieuwsproductie. Onderzoek van Kruse Rasmussen (2012), uitgevoerd onder Deense correspondenten, laat zien dat het aantal vaste aanstellingen afneemt en er meer gebruik wordt gemaakt van freelancers. Kruse Rasmussen (2012) heeft, net al veel andere onderzoeken (Archetti, 2012; Archetti, 2014; Hamilton, 2010; Sambrook, 2010), niet uitgezocht hoe deze groep journalisten te werk gaat. Deze thesis zal dat gat dichten.

Archetti (2012) heeft onderzocht hoe technische innovaties als opname-apparatuur, laptops en mobiele telefoons impact hebben gehad op correspondenten in Londen. Haar onderzoek is echter te beperkt omdat het zich alleen richt op correspondenten die in Londen actief zijn. Dit is een prominente plaats met een hoge nieuwswaarde (Harcup & O'Neill, 2016). De meeste correspondenten zitten gestationeerd op een plek met minder nieuwswaarde dan Londen en zullen wellicht anders te werk moeten gaan. Daarom wordt in deze thesis gekeken naar correspondenten in zowel prominente als niet-prominente standplaatsen. Ook bespreekt Archetti (2014) niet specifiek hoe correspondenten hun werk uitvoeren en de obstakels of voordelen die zij ondervinden van het internet. Dat zal in deze thesis wel aanbod komen.

Dit onderzoek is gebaseerd op Nederlandse freelance correspondenten. Gekeken naar Nederlands onderzoek is er weinig recents te vinden over deze Nederlandse groep. Een laatste eindschrijving die enigszins vergelijkbaar is met deze thesis, is komt uit 2005. Verduyn (2005) onderzocht het profiel van Nederlandse correspondenten en, net als Van Ginneken (2002) en Spierts (2012), keek ze in beperkte mate naar waar deze correspondenten gestationeerd waren. Verduyn vergeleek haar data met data van een Brits en Amerikaans onderzoek van Hamilton (2004) en Hess (1996). De verkregen data waren afkomstig van correspondenten werkend voor Nederlandse dagbladen. Het media-aanbod is nu

vele malen groter vergeleken met de periode van het onderzoek (Bardoel & Wijfjes 2015). Daarom worden in deze thesis correspondenten onderzocht die voor verschillende soorten media werken om een completer overzicht te krijgen. Wellicht het meest recente onderzoek is afkomstig van een samenwerking tussen meerdere media- en onderzoekorganisaties: Lokaal Mondiaal, Nederlandse Nieuwsmonitor, Ruigrok NetPanel, De Buitenlandredactie en het Stimuleringsfonds voor de pers. Dit rapport gaat over buitenlandjournalistiek in de Nederlandse media. Dit is een redelijk compleet onderzoek maar het is gebaseerd op kwantitatieve gegevens en niet op ervaringen van de correspondenten waardoor het zich beperkt in diepgang vanuit de kant van de journalist. Deze thesis zal ernaar streven dat gat te dichten omdat hier juist wel dieper wordt ingegaan op de ervaringen van de correspondent.

De maatschappelijke relevantie van de thesis is dat het ook zal laten zien hoe freelancecorrespondenten vinden dat er met hen wordt omgegaan door Nederlandse media. Dit zegt iets over het huidige mediabeleid en waar nieuwsorganisaties waarde aan hechten, maar ook hoe correspondenten tegen hun opdrachtgevers aankijken. Daarnaast schept het ook een beeld over hoe Nederlanders informatie over het buitenland binnenkrijgen. Dat is goed om te weten aangezien er momenteel een toenemende aandacht voor zogenaamd nep-nieuws is op het internet (Balmas 2014; Dvorak 2016).

1.5 Leeswijzer

Deze thesis is onderverdeeld in verschillende hoofdstukken. Na deze introductie wordt er eerst een achtergrond weergegeven van de bestaande literatuur over het onderwerp. Dit gebeurt in hoofdstuk 2, het theoretisch kader. Dit hoofdstuk bestaat uit meerdere paragrafen die veranderingen in de nieuwswereld weergeven. In hoofdstuk 3 wordt de methode van het onderzoek beschreven. Dit is ingedeeld in paragrafen als methodekeuze, respondentenselectie, dataverzameling en de wijze waarop de data zijn geanalyseerd. In hoofdstuk 4 worden de resultaten besproken. De conclusie en discussie worden gepresenteerd in hoofdstuk 5.

2. Theoretisch kader

In dit hoofdstuk worden de belangrijkste concepten uit de bestaande literatuur behandeld die van belang zijn en als theoretisch kader dienen voor het onderzoek.

Allereerst worden de recente ontwikkelingen in het medialandschap beschreven om een achtergrond voor het onderzoek te geven. Hierna wordt het belang van internationaal nieuws en de buitenlandcorrespondent besproken. Paragraaf 2.3 beschrijft de journalistieke waarden waarmee elke journalist te maken heeft. Vervolgens wordt er in paragraaf 2.4 ingegaan op journalistieke rolpercepties gevolgd door paragraaf 2.5 waarin journalistieke routines besproken worden. De freelance journalist komt aan bod in 2.6 en in paragraaf 2.7 is de conclusie van het theoretisch kader weergegeven. Alle paragrafen zijn geschreven vanuit het perspectief van de buitenlandcorrespondent. Hieronder eerst kort een inleiding over de recente ontwikkelingen in het nieuwslandschap

2.1 Recente ontwikkelingen in het nieuwslandschap

Veel nieuwsorganisaties kampen met het probleem dat de journalistieke verdienmodellen onder druk staan. Dit komt door drie grote ontwikkelingen: globalisering, economische en technologische ontwikkelingen. De laatste twee hangen sterk samen met globalisering (Hamilton & Jenner 2004; Hamilton, 2010; Sambrook, 2010). Vooral voor traditionele media zoals kranten is het lastig om op de oude manier inkomsten genereren. Zij weten moeilijk adverteerders aan zich te binden mede omdat abonnementen teruglopen en internet belangrijk is geworden. Adverteerders kunnen via internet veel gericht op hun doelgroep inspelen. Het is een doorlopend probleem voor traditionele media want ook online is het voor veel nieuwsorganisaties moeilijk om een werkend verdienmodel te vinden omdat nieuws vaak gratis aangeboden wordt bij de concurrent (Bardoel & Wijfjes, 2015; Hermans, Vergeer & Pleijter, 2011; Shoemaker & Reese, 2016; Siles & Boscowicz, 2012).

Mediabedrijven kijken veel meer vanuit het publieksperspectief naar wat voor onderwerpen aangekaart worden en laten daardoor serieuze of belangrijkere onderwerpen onbelicht (Shoemaker & Reese, 2016; Witschge & Nygren, 2009):

“The balance between financial and journalistic motives, however, has changed, making journalism more like any other industry. Increased competition has shifted the balance towards economic motives and the working conditions have changed with it introducing more and more outsourcing and a higher demand on efficiency” (Witschge & Nygren, 2009, p 56).

De concurrentie neemt dus toe waardoor financiële motieven zwaarder gaan wegen dan journalistieke waarden, wat ten koste kan gaan van de kwaliteit (Bardoel & Wijfjes, 2015). Een gevolg van die financiële problemen is ook dat de budgetten van organisaties zijn gekrompen.

Bij veel media is er bezuinigd op dure posities zoals de buitenlandcorrespondent die in vaste dienst werkte. Zij maken nu veel meer gebruik van een freelancer constructie (Hamilton & Wu, 2004; Kruse Rasmussen, 2012). Hamilton & Jenner (2004) noemen de bezuinigingen een gevolg van economische ontwikkelingen die ten grondslag hebben gelegen aan veranderingen in de mediawereld.

De veranderingen in het nieuwslandschap hebben ook te maken met technische ontwikkelingen (Hamilton & Jenner 2004; Deuze, 2009). De grootste en wellicht belangrijkste ontwikkeling is de opkomst van het internet geweest. Deze innovatie heeft binnen de journalistiek veel teweeg gebracht. Journalisten kunnen gebruik maken van het internet door informatie te verzamelen en te publiceren op het net (Hayes, Singer & Ceppos, 2007). Hierdoor is de manier van journalistiek bedrijven meer divers geworden. Een innovatie die door internet tot stand is gekomen is de opkomst van sociale netwerken als Twitter, Facebook en Instagram (Poell & Van Dijck, 2015; Costera Meijer & Groot Kormelink, 2015). Zowel journalisten als mediaorganisaties en mediagebruikers kunnen deelnemen aan sociale media activiteiten als berichten plaatsen en op elkaar reageren zodat er interactie ontstaat tussen de maker en de gebruiker (Van der Haak, Parks & Castells, 2012; Napoli, 2009). De komst van het internet en deze sociale media hebben er ook aan bijgedragen dat de burgerjournalistiek een impuls heeft gekregen (Bardoel & Wijfjes, 2015). In principe kan iedereen, mits toegang tot het web, zelf online publiceren (Poell & Van Dijck, 2015). Daarnaast kunnen burgers nu zelf bepalen waar zij hun nieuws vandaan halen en wanneer zij dat doen. Zij zijn niet meer gebonden aan een paar kranten en journaals op televisie (Costera Meijer & Groot Kormelink, 2015; Heinrich, 2012). De manier waarop men het nieuws verkrijgt heeft ervoor gezorgd dat de druk op journalisten groter wordt om met het laatste nieuws de eerste te zijn (Sambrook, 2010).

De laatste grote ontwikkeling die Hamilton & Jenner (2004) benoemen is globalisering. Dit hangt sterkt samen met de andere twee ontwikkelingen (Sambrook, 2010). Globalisering heeft eraan bijgedragen dat de wereld gevoelsmatig kleiner is geworden omdat vrije handelsverdragen en nieuwe communicatietechnologieën het mogelijk hebben gemaakt in contact te komen met de rest van de wereld (Boyd-Barrett, 2003). Ook sociale media hebben dit mede mogelijk gemaakt (Costera Meijer & Groot Kormelink, 2015). Mensen komen makkelijker met elkaar in contact door de technologische vooruitgang waardoor nieuws niet zozeer meer van professionals hoeft te komen. Door internet kan nieuws uit alle uithoeken van de wereld worden gehaald en door iedereen onder de aandacht worden gebracht. Mede hierdoor wordt de grens tussen traditionele mediaorganisaties en hun publiek afgebroken en wordt interactiviteit tussen maker en publiek eerder de norm dan de uitzondering (Jenkins, 2006; Napoli, 2009). Internet verzorgt hier de rol van een open distributieplatform waarop iedereen kan toetreden en distributie globaal kan zijn (Jenkins, 2006; Napoli, 2009).

Een gevolg van bovenstaande ontwikkelingen is dat journalistieke waarden, waar de journalistieke professionaliteit vanaf hangt, niet altijd worden gehanteerd. Dat heeft gevolgen voor de kwaliteit van

het nieuws (Bardoel & Wijfjes, 2015). Nieuwsorganisaties maken zelf ook steeds meer gebruik van sociale media door eigen content te delen met volgers. Al Jazeera en CNN zijn grote internationale organisaties die actief zijn op allerlei platformen. Nederlanders kunnen bijvoorbeeld accounts van deze media volgen. Sociale mediagebruikers kunnen alle uren van de dag op de hoogte blijven van het nieuws. Deze continue nieuwsstroom die onafhankelijk is van tijd en dag zorgt ervoor dat de wereld gevoelsmatig kleiner wordt (Costera Meijer & Groot Kormelink, 2015).

Bovenstaande ontwikkelingen hebben eraan bijgedragen dat journalistiek multimediaal bedreven kan worden en dat de concurrentie tussen nationale media is toegenomen. Hierdoor is een toename te zien in de commercialisering van nieuws (Leurdijk & Leendertse, 2015). De druk om de eerste te zijn met nieuws is hoog. Deze ontwikkelingen hebben ook bijgedragen aan de mogelijkheid om nieuws ten allen tijde te publiceren en te consumeren (Deuze, 2005; Hamilton, 2010; Sambrook, 2010).

Tegenwoordig wordt er steeds vaker een commerciële invalshoek gekozen bij publicaties. Ook nieuwe media platformen zijn meestal ontwikkeld vanuit een financieel oogpunt. Hiermee willen mediaorganisaties nieuwe groepen bereiken en daardoor nieuwe adverteerders aantrekken (Witschge & Nygren, 2009). De veranderingen in de mediawereld werken door op de degenen die het werk uitvoeren: de journalisten. Freelancers en correspondenten zullen hier mee te maken hebben aangezien zij, en alle journalisten, zonder mediaorganisaties geen werk hebben. De vraag die daarom gesteld kan worden is: *hoe beïnvloeden de economische en technologische ontwikkelingen het werk van freelance correspondenten?*

2.2 Internationaal nieuws

In deze paragraaf wordt eerst besproken hoe internationaal nieuws tot stand komt en waarom het van belang is. Hierop volgt een sub-paragraaf over de buitenlandcorrespondent en tot slot de conclusie van deze paragraaf.

2.2.1 Internationaal nieuws in Nederland

Onder internationaal, of buitenlands nieuws wordt nieuws verstaan dat afkomstig is uit een land of regio buiten Nederland. Delen van het Nederlands Koninkrijk zoals Aruba en Curaçao vallen hier ook onder de noemer internationaal nieuws. Wat nieuws wordt in Nederland hangt af van verschillende factoren (Lokaalmondiaal et al., 2013). Deze factoren worden ook wel nieuwswaarden genoemd (Galtung & Ruge, 1965). Er is al decennia lang onderzoek gedaan naar kenmerken die een gebeurtenis tot nieuws maken. Galtung & Ruge (1965) zijn hier wellicht de bekendste onderzoekers van en hun opgestelde nieuwswaarden worden veel gebruikt. In 1965 hebben zij onderzoek gedaan naar de kenmerken van gebeurtenissen in Congo, Cuba en Cyprus die het nieuws in Noorse media hebben gehaald. Harcup & O'Neill hebben in 2001 hierop voortgeborduurd door de lijst nieuwswaarden aan te

passen aan die tijd. Hun meest recente revisie stamt uit 2016 en richt zich ook op de ontwikkeling van sociale media in de journalistiek.

In een onderzoeksrapport over buitenlandjournalistiek in de Nederlandse media (Lokaalmondiaal et al., 2013) is de lijst nieuwswaarden aangepast en aangevuld voor de Nederlandse context. Deze lijst is gehanteerd tijdens het onderzoek naar berichtgeving over het buitenland in Nederlandse media. De volgende kenmerken zijn volgens Lokaalmondiaal (2013) van belang voor het halen van het nieuws in Nederland: slecht nieuws, goed nieuws, entertainment, grootschaligheid, follow-up, elitefactoren, nabijheid en relevantie. Hoe deze nieuwswaarden meespelen verschilt sterk per medium. Deze lijst is beperkter dan de lijst van Harcup & O'Neill (2016) in de zin dat het rapport van Lokaalmondiaal (2013) acht nieuwswaarden beschrijft en Harcup & O'Neill (2016) tien nieuwswaarden noemen. Daarbij noemt Lokaalmondiaal (2013) *nabijheid* en niet *celebrity*, *surprise* en *newspaper agenda*. Lokaalmondiaal (2013) meent dat deze waarden zich specifiek richten op Nederland. In beide gevallen is het zo dat hoe meer nieuwswaarden gelden voor een gebeurtenis hoe hoger de nieuwswaarde is van die gebeurtenis (Harcup & O'Neill, 2001).

Deze nieuwswaarden vertalen zich in het soort onderwerpen dat het nieuws haalt in Nederland, bijvoorbeeld politiek, economie, criminaliteit en rampen. Politieke onderwerpen scoren vaak hoog net als internationale betrekkingen en human interest (Lokaalmondiaal et al., 2013; Harcup & O'Neill, 2001). Harcup & O'Neill (2016) zien wel een verschil in de onderwerpen die hoog en laag scoren in traditionele media en sociale media. Zo is de interesse voor politiek nieuws op sociale media kleiner dan in traditionele media.

Naast het soort nieuws blijkt ook dat het land of regio invloed heeft op de nieuwswaardigheid van een gebeurtenis (Weber, 2010). Nederland heeft, journalistiek gezien, niet in elk gebied een even grote interesse. In sommige regio's moeten er meer nieuwswaarden aanwezig zijn om de media in Nederland te bereiken dan gebeurtenissen in andere regio's (Hamilton & Lawrence, 2010; Peterson, 1979). Weber (2010) heeft vier categorieën gecreëerd waarin bepaalde regio's of landen vallen met betrekking tot nieuwswaardigheid:

1. Nieuwscentra: landen met een hoge nieuwsfrequentie. Verschillende onderwerpen uit het betreffende land komen in het nieuws. Voorbeelden zijn de Verenigde Staten en Israël.
2. Nieuwsburen: landen die regelmatig in het nieuws zijn maar waar geen continue nieuwsstroom van is, bijvoorbeeld België, Spanje en Italië.
3. Issuelanden: landen die meestal met een specifiek onderwerp in het nieuws verschijnen zoals oorlog of terreur, bijvoorbeeld Irak en Syrië.
4. Nieuwspериферіe: landen die bijna nooit het nieuws halen, behalve bij natuurrampen of gebeurtenissen van catastrofale aard. Voorbeelden zijn Laos, Peru en Botswana.

De combinatie van nieuwswaarden, onderwerpen en landen zorgt ervoor dat een gebeurtenis het nieuws in Nederland haalt of niet (Harcup & O'Neill, 2001). Volgens Westerstahl & Johansson (1994)

zijn commerciële belangen ook van grote invloed op de nieuwsselectie. Het is te verwachten dat dit laatste kenmerk een steeds grotere rol is gaan spelen aangezien er bij mediaorganisaties bezuinigd wordt op de buitenlandredactie (Edstrom & Ladendorff, 2012; Hannerz, 2004; Utley, 1997).

2.2.2 Het belang van internationaal nieuws

Het belang van kwalitatief internationaal nieuws zal altijd blijven bestaan (Galtung & Ruge 1965; Harcup & O'Neill 2016). Het heeft namelijk verschillende functies. Allereerst beïnvloedt het nieuws de publieke opinie (Wanta, Golan & Lee, 2004). Internationaal nieuws beïnvloedt het wereldbeeld van burgers. In een klein land als Nederland moet er altijd buiten de grenzen gekeken worden omdat wereldgebeurtenissen eerder kans hebben om in het buitenland voor te komen (Deuze 2002). Het is daarbij belangrijk dat internationaal nieuws kwalitatief goed is omdat burgers een verdraaid of verkeerd beeld kunnen vormen door een tekort aan nieuws van hoge kwaliteit (Peterson, 1979). Dit soort nieuws wordt geleverd door getrainde buitenlandcorrespondenten die onafhankelijk te werk gaan. Het is nuttig om op de hoogte te zijn van belangrijke internationale gebeurtenissen omdat globalisering ervoor gezorgd heeft dat men afhankelijker is geworden van andere landen (Hannerz, 2007). Na de terreuraanslagen van 11 september werd het pijnlijk duidelijk dat terreur zich niet beperkt tot één land of regio maar dat het zich verspreidt over de wereld. Ook Nederland heeft hier mee te maken. Geïnformeerd burgerschap is daarom ontzettend belangrijk (Hannerz, 2007; Peterson, 1979; Wanta, Golan & Lee, 2004)

Naast het beïnvloeden van de publieke opinie kan internationaal nieuws ook de politieke agenda beïnvloeden. Wanneer media berichten over internationale betrekkingen of politieke gebeurtenissen in het buitenland, kunnen deze onderwerpen opgepikt worden door politici die ze weer kunnen aankaarten (Wanta, Golan & Lee 2004). De oorlog in Syrië is daar een voorbeeld van. De media schonken veel aandacht aan de onrust in het land en aan de opmars van Islamitische Staat. De regering heeft nadat het in het nieuws is geweest pas besloten om zich aan te sluiten bij de coalitie die vecht tegen Islamitische Staat. Het is dus van groot belang dat buitenlands nieuws door middel van goede buitenlandcorrespondenten verslagen wordt die hun professionele waarden streng naleven (Lugmayer & Dal Zotto, 2016; Hamilton & Jenner, 2004; Wanta, Golan & Lee, 2004).

2.2.3 De buitenlandcorrespondent

De term buitenlandcorrespondent wordt hier gedefinieerd als “media personnel who report and interpret the actions and events of different societies for a selected audience of readers not native to the country” (Starck & Villaneuva, 1992, p.2). De correspondent is een journalist die werkt vanuit een bepaalde standplaats, anders dan zijn thuisland, en over dat gebied of land bericht geeft. Deze journalisten werken onder andere omstandigheden dan de journalisten uit eigen land waardoor de uitvoering van het werk wellicht anders verloopt dan dat van hun collega's in eigen land (Kester, 2010). Hamilton & Jenner (2004) menen dat er twee belangrijke typen buitenlandcorrespondenten

zijn. Ten eerste is er de traditionele buitenlandcorrespondent. Deze is dan in aantal afgenomen maar zal nooit helemaal verdwijnen omdat er altijd behoefte zal zijn naar buitenlandnieuws. Ten tweede is er de parachute journalist. Dit is een correspondent die naar een gebeurtenis wordt gestuurd vanuit een mediaorganisatie omdat er iets nieuwswaardigs is gebeurd. Het idee hierachter is dat het de kosten drukt al is hier onvoldoende onderzoek naar gedaan om dat te bewijzen.

De afgelopen jaren is het aantal correspondenten in zijn totaliteit afgenomen omdat er vanuit mediaorganisaties minder budget is voor buitenlandnieuws (Lokaalmondiaal, 2013; Hamilton & Jenner, 2004). Volgens Lokaalmondiaal (2013) is de buitenlandse berichtgeving in de Nederlandse media echter wel redelijk stabiel gebleven. Dit is onderzocht door middel van een kwantitatieve inhoudsanalyse. Er is geen data over hoe Nederlandse correspondenten dit ervaren in hun werk. Het zou dus wel betekenen dat correspondenten hetzelfde werk moeten uitvoeren voor minder geld.

De correspondent fungeert nog steeds als een belangrijke gatekeeper in de stroom en vorming van internationaal nieuws (Hamilton, 2010, Livingston & Asmolov, 2012). Wanneer een correspondent een verhaal niet maakt, wordt dat verhaal geen nieuws. Zij bepaalt dus in zeker mate wat nieuws wordt (Roberts & Bantimaroudis, 1997). Daarnaast draagt de correspondent bij aan het creëren van een wereldbeeld en de manier waarop men andere culturen en samenlevingen ziet door betekenis te geven aan de gebeurtenissen waar zij getuige van is (Hamilton, 2010; Sambrook, 2010; Starck & Villaneuva, 1992; Archetti, 2012). De meerwaarde die een correspondent kan leveren aan een verhaal is dat hij een netwerk in zijn standplaats heeft opgebouwd en de cultuur van het land kent. Dit is van belang voor een accurate berichtgeving omdat maatschappelijke issues en andere nieuwswaardige onderwerpen veelal geplaatst moeten worden in een culturele, historische en socio-economische context van het land (Hamilton, 2010; Wu & Hamilton, 2004).

De rol en het bestaan van de correspondent is cruciaal. De vraag is wel of internationaal nieuws voor het publiek wel zo belangrijk is als men doet denken. De belangrijkste reden voor mensen om op de hoogte te zijn van buitenlands nieuws is dat men wil weten hoe het er in de wereld aan toe gaat (Sambrook 2010; Hamilton & Jenner 2004). Toch is er vanuit het publiek over het algemeen een verminderde vraag naar internationaal nieuws (Hamilton, 2010). Maar, zo stelt Sambrook (2010) wanneer er internationale gebeurtenissen plaatsenvinden als terreuraanslagen en grote natuurrampen, is er juist wel een grote vraag. Dit heeft volgens Harcup & O'Neill (2016) te maken met de impact van gebeurtenissen en globalisering (Sambrook 2010). Buitenlandcorrespondenten fungeren ook wel als gatekeepers en zijn onmisbaar in het overbrengen van kwalitatief goed nieuws. De deelvraag die hier gesteld moet worden is: *hoe beïnvloedt de veranderende vraag naar buitenlands nieuws het werk van freelance correspondenten?* Deze vraag geeft antwoord op de tegenstrijdige geluiden die Hamilton (2010) en Sambrook (2010) constateren.

2.3 Journalistieke waarden

Ieder beroep heeft zijn eigen professionele waarden, manier van werken en positie in de maatschappij. Veel professies hebben een keurmerk of certificaat waarmee de kwaliteit en legitimiteit van het beroep aangegeven wordt. De journalistiek heeft geen dergelijk officieel bewijs, behalve de perspas, dat geen kwaliteitskeurmerk is en dus geen beoordeling is van journalistiek werk. Professionele journalistiek onderscheidt zich van amateurjournalistiek volgens meerdere studies door journalistieke waarden waaraan ze zich dienen te houden. Deze journalistieke waarden worden gedefinieerd als ethische codes die door journalisten nageleefd zouden moeten worden tijdens het bedrijven van de journalistiek om professionaliteit te waarborgen en de professie af te bakenen van amateurjournalistiek (Boudana, 2010; Cassidy, 2005; Holton, Coddington & Gil de Zúñiga, 2013; O'Sullivan & Heinonen, 2008; Ugland & Henderson, 2007). Zoals eerder vermeld werken correspondenten in andere omstandigheden dan journalisten in eigen land. Wellicht worden journalistieke waarden hierdoor anders nageleefd. In deze paragraaf wordt er eerst gekeken naar wat deze journalistieke waarden precies inhouden. Vervolgens wordt de implementatie ervan beschreven en tot slot wordt er gekeken naar de invloed van burgerjournalistiek op de naleving van de waarden.

2.3.1 Journalistieke waarden

De journalistieke professie is ingebed in journalistieke waarden van waaruit journalisten te werk gaan. Deze, ongeveer vierhonderd, waarden zijn opgenomen in de Code van Bordeaux uit 1954 (Kovach & Rosenstiel 2007; Deuze, 2005). Niet alle vierhonderd worden streng nageleefd tijdens de uitvoering van het werk. Kovach & Rosenstiel (2007) hebben in hun studies de, volgens hen, negen voornaamste codes benoemd: waarheidsgetrouw, onafhankelijkheid van het onderwerp wat zij verslaan, onafhankelijkheid van degene aan de macht, loyaliteit naar burgers toe, verifiëren van informatie, een platform zijn voor discussie, streven naar het belangrijke interessant en relevant over te brengen, het nieuws van meerdere kanten belichten en de journalisten moeten worden toegestaan vanuit hun eigen geweten te handelen. Dit laatste betekent volgens journaliste en chief international bij CNN, Christiane Amanpour (persoonlijke communicatie, 3 april 2017) dat een journalist altijd de waarheid moet verslaan ook al pretendeert het dan alsof er een kant wordt gekozen. Wel moet de journalist verantwoordelijk worden gehouden voor zijn werk en dus voor zijn overwegingen.

Veel van deze waarden worden door andere studies op een soortgelijke of versimpelde manier aangehaald (Bardoel & Wijfjes, 2015; Singer, 2007, O'Sullivan & Heinonen, 2008). Deze codes, of waarden, worden over het algemeen gezien als het fundament van de professie. Het Nederlands Genootschap van Hoofdredacteuren heeft de Code voor de Journalistiek opgesteld voor Nederlandse journalisten. Deze codes zijn gebaseerd op en komen over het algemeen overeen met de Code van Bordeaux. De volgende codes staan nu voorop (Bardoel & Wijfjes 2015; Code voor de Journalistiek 2016; Raad van de Journalistiek, 2016):

1. *Waarheidsgetrouw berichten.* Dit vloeit voort uit het recht van het publiek om de waarheid te kennen. De journalist maakt onderscheid tussen feiten, beweringen en meningen in zijn berichtgeving en probeert gebeurtenissen weer te geven zoals hij er getuigen van is geweest.
2. *Onafhankelijk informeren.* Dit wil zeggen dat de journalist belangenverstrengeling vermijdt en duidelijk is over enige verbondenheid aan een politieke partij, belangenvereniging of bedrijf anders dan het medium waar hij voor schrijft. Daarbij accepteert de journalist slechts redactionele richtlijnen en zet altijd journalistieke ethiek voorop.
3. *Fair play.* De journalist gebruikt ethisch verantwoorde methodes om aan informatie te komen. Zo betaalt hij niet voor informatie en indien wenselijk anonimiseert hij zijn bronnen. Plagiaat plegen is verboden.
4. *Open vizier en respect voor privéleven en menselijke waardigheid.* Hiermee wordt bedoeld dat de journalist open is over wie hij is en wat zijn doel is. Hij houdt rekening met zijn maatschappelijke functie en hoe zijn berichtgeving over komt op zijn lezers. Daarnaast werkt hij met respect voor zijn bronnen (Code voor de Journalistiek 2016; Raad van de Journalistiek, 2016).

Deze vier hoofdcodes zouden ten grondslag moeten liggen aan elke journalistieke productie. Het is echter de vraag of dit tegenwoordig ook echt zo is. De codes gelden voor alle professionele journalisten, dus ook voor buitenlandcorrespondenten. Echter is de uitvoering van het werk anders bij correspondenten omdat zij vanuit een land werken waar andere regels met betrekking tot bijvoorbeeld persvrijheid gelden en culturele verschillen wellicht hun uitwerking hebben op het werk.

2.3.2 Naleving van de waarden

Hoe deze waarden nageleefd worden hangt samen met institutionele achtergronden, cultuur en persoonlijke waarden van een journalist (Hayes, Singer & Ceppos 2007; Bardoel & Wijfjes 2015; Singer 2007). Hoe dit bij correspondenten tot uiting komt en of dit verschilt van ‘gewone journalisten’ is niet geheel duidelijk. Palmer & Fontan (2007) hebben onderzoek gedaan naar het geringe aantal westerse journalisten in Irak en hoe zij hun werk uitvoeren op een plaats waarin onveiligheid en taal barrières vormen. Het is voor correspondenten wellicht lastiger om tot harde feiten te komen en los van de autoriteiten verslag te doen wanneer zij gestationeerd zijn in een land waar zij de taal niet spreken en het minder goed gesteld is met de persvrijheid (Palmer & Fontan, 2007; Boudana, 2012). Ook is informatie dan moeilijk te verifiëren, mede omdat zij afhankelijk zijn van bijvoorbeeld fixers en hun netwerk (Palmer & Fontan, 2007). Boudana (2012) stelt dat correspondenten inderdaad te maken krijgen met moeilijkheden waardoor zij niet altijd in staat zijn alle codes na te leven. Zij concludeert dat de oorlogsjournalisten twee waarden lastig vinden te hanteren: nauwkeurigheid en eerlijkheid. Een oplossing hiervoor zou zijn: handelen vanuit morele waarden en gezond verstand (Boudana, 2012). Dit is echter veel te vaag om zo op te nemen omdat dit zeer subjectief is. Veel

onderzoeken over journalistieke waarden en correspondenten gaan over de oorlogscorrespondent maar laten andere correspondenten erbuiten (Hannerz, 2007). Hierdoor is er weinig te zeggen over hoe niet-oorlogscorrespondenten omgaan met hun professionele waarden.

De onzekerheid van de waarden in acht nemen is niet exclusief voor correspondenten. Een reden waardoor de codes niet altijd nageleefd worden bij zowel binnenlandse als buitenlandse journalistiek is de verhoogde prestatie-druk waaronder journalisten werken (Bardoel & Wijfjes 2015). Witschge & Nygren (2009) menen dat er een trend gaande is waarin de-professionaliteit binnen de journalistiek samengaat met druk vanuit de markt. Volgens Davies (2008) slinkt ook het *first-hand reporting* en wordt dit vervangen door zoals Atkins (2011) het noemt *churnalism*: het eindeloos kopiëren of recyclen van online publicaties. Dit vergt veel van de kwaliteit van het nieuws (Hamilton 2010; Vasterman 2015). Veel media die gratis nieuws aanbieden (Nu.nl, Metro, Spits) nemen hapklare stukken over van persbureaus als het ANP of Reuters. Hierdoor slinkt de diversiteit en bestaat de kans dat onderwerpen maar vanuit één kant belicht worden waardoor er tunnelvisie ontstaat. Hiertegenover zetten Witschge & Nygren (2009) dat journalisten tegelijkertijd juist wel proberen om de grenzen en waarden van hun professie te beschermen. Er is dus geen eenduidig antwoord te geven op de vraag in hoeverre journalisten waarde hechten aan hun professionele waarden. Wel laat het zien dat de manier waarop er wordt omgegaan met de codes aan het veranderen is.

2.3.3 Burgerjournalistiek en journalistieke waarden

Burgerjournalistiek draagt ook bij aan deze verandering door geen, minder, of andere codes te hanteren (Drok 2015; Holton, Coddington & Gil de Zúñiga, 2013). Burgers kunnen publiceren wat en wanneer zij willen. Hierdoor komt de professionaliteit van de journalistiek in het geding (Bardoel & Wijfjes 2015). De journalistiek is niet langer de enige speler in het brengen van nieuws. Zij moet nu rekening houden met bijdragen van het publiek. Drok (2015) noemt deze verandering in de relatie tussen professionele journalistiek en het publiek de “*participatory turn*”. Hiermee wordt bedoeld dat journalisten niet meer om de bijdragen van het publiek heen kunnen. Bijvoorbeeld verslaggeving uit Syrië. Inwoner van Aleppo, Malek Blacktoviche is geen journalist van beroep maar door de oorlog kan hij zijn werk als software ontwikkelaar niet meer uitvoeren. Hij besloot daarom verslag te gaan doen van de oorlog in zijn stad (Klepke & Olsson, 2014). Dit is een moeilijk begaanbare plaats voor correspondenten. Als media nieuws uit dit gebied willen zijn zij afhankelijk van burgerjournalisten zoals Blacktoviche. Correspondenten hebben dus ook te maken met concurrentie van burgerjournalisten.

Deze vorm van verslaggeving is mede mogelijk gemaakt door de opkomst van sociale media (Holton, Coddington & Gil de Zúñiga, 2013). Journalisten worden als het ware gedwongen om publieksgericht te werk te gaan (Schudson, 2011). De autonomie van de journalist staat dan ook ter discussie omdat zij niet de enigen meer zijn die verslag kunnen doen, maar wel de groep zijn die betaald moet worden. Publieksgerichtheid in plaats van burgergerichtheid zorgt voor

commercialisering van nieuws. Commercialisering draagt bij aan het minder streng naleven van journalistieke principes waardoor de kwaliteit en betrouwbaarheid onzeker worden (Bardoel & Wijfjes 2015). Ook laat het een verandering in de functie van de journalist zien.

De journalistieke waarden gelden voor alle professionele journalisten, waaronder dus ook correspondenten. Door recente ontwikkelingen als commercialisering en de toename van burgerjournalisten, is het onduidelijk hoe deze waarden worden nageleefd. Daar bovenop komt nog eens dat er nauwelijks onderzoek is gedaan naar de naleving van de waarden door correspondenten terwijl dit een groep journalisten is die anders te werk gaan dan gewone journalisten. Werken vanuit de waarden is nog steeds belangrijk voor het behoud van kwaliteitsjournalistiek. Het is daarom belangrijk om te onderzoeken hoe deze waarden meespelen in het werk van de correspondent.

2.4 Rolopvatting

Buitenlandcorrespondenten gaan anders te werk dan gewone journalisten. Zij zitten immers niet op de redactie van een nieuwsorganisatie, zijn vaak alleen en maken andere verhalen. In dit onderzoek wordt er gekeken naar hoe freelance correspondenten hun werk uitvoeren. Daarbij moet vastgesteld worden hoe deze correspondenten zichzelf positioneren en dus vanuit welke gedachtegang zij te werk gaan. De positie van de journalist bepaalt namelijk in zekere mate hoe een verhaal tot stand komt (Tandoc, Hellmueller & Vos, 2013). In deze paragraaf wordt er gekeken naar de rolopvatting en positie van de correspondent in de maatschappij en hoe deze al dan niet is veranderd in de loop der tijd.

De rolopvatting van een journalist is de manier waarop de journalist zijn taak en verantwoordelijkheid opvat en wat hij met zijn verhalen wil bereiken (Cassidy, 2005; Kovach & Rosenstiel, 2001; Skovsgaard, 2014). Het is belangrijk dat journalisten hun taak en verantwoordelijkheid in acht nemen tijdens het uitvoeren van hun werk omdat zij verantwoordelijk zijn voor de manier waarop nieuwswaardige informatie over wordt gebracht aan een publiek en hiermee de publieke opinie en de politieke agenda kunnen beïnvloeden (Galtung & Ruge, 1965; Harcup & O'Neill, 2001; Willermars 2014; Mellado 2015). Buitenlandcorrespondenten hebben daarnaast nog een extra dimensie omdat zij ook nog berichtgeven over een andere cultuur. Ze moeten het nieuws zo overbrengen dat de context van het verhaal begrepen wordt door het publiek waarvoor de correspondent werkt (El-Nawawy & Kelly, 2001; Wu & Hamilton, 2004; Tumber, 2006). Het is dan ook een complexiteit aan rolpercepties die een correspondent kan hebben. De positie die een correspondent inneemt is bepalend voor het soort verhaal dat hij maakt en vanuit welk perspectief hij dat maakt (Hanitzsch et al, 2010; Tandoc, Hellmueller & Vos, 2013; Weaver & Wilhoit, 1996).

Er is door de jaren heen onderzoek gedaan naar rolpercepties van journalisten en ook naar die van correspondenten in conflictgebieden (zie Mellado, 2015; Weaver & Wilhoit, 1996, Willemars, 2014; Boudana, 2012). De vraag is steeds geweest wat de functie van de journalist is en waar zij hun

verantwoordelijkheid leggen ten opzichte van de maatschappij. Ook is deze vraag voorgelegd aan niet-journalisten om zo een beeld te krijgen van hoe de maatschappij tegen journalisten aankijkt (Boudana, 2012; Cassidy, 2005; Mellado, 2012; Weaver & Wilhoit, 1996; Bardoel & Wijfjes, 2015).

Er is de afgelopen decennia veel veranderd in de manier waarop journalistiek beoefend kan worden. De opkomst van het internet heeft bijgedragen aan de mogelijkheid om journalistiek actief te zijn als burger. Internet heeft burgers voorzien van een open platform waarop iedereen kan publiceren (Holton, Coddington & Gil de Zúñiga, 2013). Dit betekent niet dat burgerjournalisten zich bewust zijn van de invloed die zij kunnen hebben op hun publiek (Drok, 2015; O'Sullivan & Heinonen, 2008). Drok (2015) meent dat burgers die mediacontent maken dit vaak doen uit een soort onvrede of als hobby. De onvrede komt voort uit een sceptische houding naar traditionele media of uit een artikel of item waar zij het niet mee eens zijn (Lugmayer & Dal Zotto, 2016). Professionele journalisten zien hier enige bedreiging in omdat zij zich vaak wel bewust zijn van hun impact op de samenleving en hier bewust mee omgaan. Onderzoek stelt dat professionele journalisten het gevoel hebben dat zij zo juist meer een belerende of controlerende rol gaan vervullen dan een informatieve rol (Hayes, Singer & Ceppos, 2007; Willemars, 2014). Burgerjournalisten zijn zich minder bewust van de sociale verantwoordelijkheid van hun rol, zij zien zichzelf immers niet als professionele journalist (Van Vree & Azough 2015).

Daarin verschillen zij van de professionele journalist die, zoals Mellado (2015) meent, een grote sociale en maatschappelijke verantwoordelijkheid heeft. Verschillende onderzoekers hebben hier onderzoek naar gedaan. Mellado (2015) heeft in het kader van de recente ontwikkelingen een vernieuwde rolinvulling, of positionering, opgesteld. Zij stelt dat de meeste onderzoeken slechts één kant hebben onderzocht van de rolinvulling, namelijk de theoretische óf de praktische kant. Hiermee wordt bedoeld dat er of gekeken wordt naar hoe journalisten hun invulling zien, of dat er een analyse wordt uitgevoerd op mediacontent gemaakt door journalisten. Beide aspecten brengt Mellado (2015) samen in haar onderzoek. Zij gebruikt eerder onderzoek dat zich richt op de kant van de journalist en daarbij onderzoekt zij nieuwsberichten en de positie die journalisten daarin innemen. Zij vindt als resultaat zes dimensies: *intervention*, *watchdog*, *loyal-facilitator*, *service*, *infotainment* en *civic*. Elke dimensie heeft bepaalde kenmerken die karakteriserend zijn voor de soort rol. Dit is te zien in tabel 1.

Journalistieke rollen: zes dimensies					
Intervention	Watchdog	Loyal-facilitator	Service	Infotainment	Civic
Een kant kiezen	Ondervragen	Steunen institutionele activiteiten	Impact op alledaags leven	Personalisering	Perspectief, eisen en vragen van burgers
Interpretatie	Kritiek	Promoten nationaal of regionaal beleid	Tips en advies (bezwaren)	Privé leven	Geloofwaardigheid
Voorstellen/eisen	Aanklagen	Positief imago	Tips en advies (individuele risico's)	Sensatie	Steun voor burgerbewegingen
Adjectieven	Conflict	politieke elite	Gebruikers advies	Schandaal	Voorlichting over rechten en plichten
Eerste persoon	Verslaan van processen	Positief imago economische elite		Emotie	Achtergrond informatie
	Onderzoeksjournalistiek	Vooruitgang land markeren		Morbide	Informatie over burgeractiviteiten
	Extern onderzoek	Vergelijken van land met de rest			Lokale impact
		Nationale overwinning markeren			
		Promoten van land			
		Patriottisme			

Tabel 1 journalistieke rollen vertaald uit Mellado (2015)

In de praktijk overlappen deze rollen elkaar wel eens omdat berichtgeving kenmerken uit meerdere dimensies kan vertonen (Mellado, 2015).

Helaas richt ook Mellado (2015) zich niet specifiek op buitenlandcorrespondenten. Wel zijn deze rolopvattingen het meest compleet en recent vergeleken met eerdere studies. De recente ontwikkelingen in de mediawereld zijn verantwoordelijk voor eventuele verschuivingen in de positie die een correspondent inneemt. Ook valt te speculeren of freelancers zich anders positioneren dan journalisten in vaste dienst omdat deze laatste groep voor één medium werkt en freelancers vaak voor meerdere (Hayes, Singer & Ceppos, 2007). Zij kunnen dus tegelijkertijd aan meerdere projecten werken die vanuit andere invalshoeken belicht worden. Daarom is het interessant te onderzoeken hoe freelance correspondenten hun rolinvulling zien.

2.5 Routines

Ieder beroep heeft zijn eigen manier om zijn taken uit te voeren. Ook de correspondent heeft een bepaalde werkroutine. Echter is deze routine niet altijd toepasbaar op alle correspondenten omdat zij te maken hebben met verschillende omstandigheden. In de journalistiek bestaan de zogenaamde journalistieke routines waar Shoemaker & Reese (2016) onderzoek naar hebben gedaan en in de loop der jaren hun onderzoeken hebben bijgeschaafd. Zij omschrijven journalistieke routines als volgt: “Those patterned, routinized, repeated practices and forms that media workers use to do their jobs” (Shoemaker & Reese, 1996, pp. 105). Simpelweg betekent dit dat routines de handelingen zijn die een

journalist moet uitvoeren om verhalen te maken. Hier zit dan wel een bepaalde volgorde of patroon in: routine. Deze routines ontstaan deels omdat er te weinig middelen binnen mediaorganisaties zijn om een enorme hoeveelheid informatie, en dus potentieel nieuws, te verwerken. De middelen wegen niet op tegen de hoeveelheid informatie (Shoemaker & Reese, 1996; Lugmayr & Dal Zotto, 2016). Deze schaarsheid is ook gerelateerd aan technologie, economische veranderingen, deadlines, normen en waarden en fysieke ruimte van bijvoorbeeld een redactie (Reese, 2001, Shoemaker & Reese, 2016; Lugmayr & Dal Zotto, 2016).

Deze routines, samen met nieuwswaarden en journalistieke waarden, worden in traditionele media ingezet als legitimatie voor journalistieke producties en om een onderscheid te maken met andere (onprofessionele) mediaproducties (Karlsson, 2011). Daarnaast zorgen de routines voor structuur en efficiëntie (Croteau & Hoynes, 2014). Iedere journalist heeft hiermee te maken. De correspondent is afhankelijker van bijvoorbeeld zijn netwerk (Hannerz, 2004). Wanneer een correspondent in vaste dienst is bij een nieuwsorganisatie werkt hij volgens de routines die gehanteerd worden bij die nieuwsorganisatie. Maar er wordt een extra dimensie toegevoegd omdat hij of zij rekening moet houden met de normen en waarden van het land (Lugmayr & Dal Zotto, 2016).

Verschillende studies hebben aangetoond dat journalistieke routines ontstaan door meerdere factoren (Croteau & Hoynes, 2014; Lugmayr & Dal Zotto, 2016; Shoemaker & Reese 1996, 2016; Tandoc, Hellmueller & Vos, 2013). Shoemaker & Reese (2016) hebben in kader van de ontwikkelingen binnen de media (globalisering en internet) een vernieuwde versie uitgebracht van hun gerenommeerde *hierarchy of influences* theorie. Deze hiërarchie bevatten vijf factoren (van micro naar macro):

- Individuele kenmerken: dit zijn persoonlijke kenmerken van journalisten, de waarden en professionele rol van journalisten, demografische kenmerken en de functie van de journalist binnen een nieuwsorganisatie (Shoemaker & Reese, 2016).
- Routines: structuren die de manier van werken vormt. Deze komen voort uit afspraken en ongeschreven regels waar journalisten zich aan houden tijdens het uitvoeren van hun werk. Routines zijn verbonden aan nieuwsorganisaties want deze kunnen niet functioneren zonder routines (Shoemaker & Reese, 2016).
- Mediaorganisaties: dit niveau maakt strategische keuzes zoals het bepalen welke onderwerpen aandacht verdienen en in welke vorm. De keuzes zijn vaak gebaseerd op ten eerste financiële motieven achter, en ten tweede een goed journalistiek product maken (Shoemaker & Reese, 2016; Van Veghel, 2016)
- Sociale instituties: dit zijn alle externe factoren die enige invloed hebben op de inhoud van nieuws en de manier waarop mediaorganisaties en journalisten werken. Vaak hebben deze externe instituties bepaalde belangen bij de organisatie. Voorbeelden van deze instituties zijn de staat, adverteerders en onderwijs (Shoemaker & Reese, 2016).

- Macro sociale systemen: hiermee worden (machts)relaties en structuren binnen een maatschappij bedoeld. Dit is onder te verdelen in vier subsystemen: ideologie, cultuur, economie en politiek. De journalist leeft en werkt binnen een bepaald sociaal systeem waar hij onbewust, dan wel bewust door beïnvloed wordt (Keith, 2011; Shoemaker & Reese, 2016).

Deze factoren beïnvloeden de totstandkoming van content en werken afzonderlijk van elkaar maar kunnen wel interageren (Shoemaker & Reese, 2014). Hoe journalistieke routines georganiseerd zijn hangt dus niet alleen af van de journalist maar ook van het medium, organisatie en omgeving. De correspondent heeft hier een extra laag erbij binnen sociale systemen aangezien hij rekening moet houden met zijn thuisland, of het land waarin zijn werk gepubliceerd wordt, en het land waarin hij werkt.

Theorieën over journalistieke routines specifiek gericht op correspondenten bestaan helaas niet, terwijl routines juist een grote invloed hebben op de totstandkoming van nieuws. Journalisten worden door meerdere lagen beïnvloed die ieder een uitwerking hebben op de manier hoe een journalist te werk gaat. De meeste literatuur bespreekt de routines vanuit een perspectief waarbij de journalist geen buitenlandcorrespondent is. Theorie over de routines van correspondenten ontbreekt en theorie over de routines van de freelance correspondent bestaat al helemaal niet. Terwijl deze laatste groep de overhand heeft op correspondenten in vaste dienst.

Technologische en economische ontwikkelingen, burgerjournalistiek en mogelijkheden voor interactie tussen publiek en media hebben gezorgd voor serieuze veranderingen en verschuivingen binnen de nieuwswereld. Traditionele modellen zijn daardoor ontwricht (Lugmayr & Dal Zotto, 2016). De veranderingen binnen de journalistiek hebben invloed op de journalistieke waarden, rolinvulling en de routines. Hoe deze veranderingen invloed hebben gehad op freelance correspondenten en hun werk is onduidelijk. Daarom wordt hier de volgende deelvraag gesteld: Wat betekenen de verschuivingen van waarden, rolinvulling en journalistieke routines voor de freelance correspondent?

2.6 De freelancer

Na het eerder al over de buitenlandcorrespondent gehad te hebben, is het nu tijd om de freelancer aan te kaarten. Dit onderzoek gaat specifiek over de freelance correspondent, maar eerst moet gekeken worden naar wat een freelance journalist precies is. Daarom wordt in deze paragraaf eerst een definitie van de freelance journalist gegeven. Hierop volgt een beschrijving van de freelance correspondent en tot slot wordt er gekeken naar de mogelijkheid om je als freelancer te specialiseren als een reactie op de veranderingen in de nieuwswereld.

2.6.1 Wat is een freelance journalist

“Self-employed journalists in the media industries who deliver material to the press, electronic media, the Internet and the information businesses” (Edstrom & Ladendorf, 2012, p. 711). Freelance

journalisten zijn, zoals de definitie zegt, zelfstandigen die materiaal aanleveren aan media. Dit is constructie waarbij journalisten vaste opdrachtgevers kunnen hebben maar alleen betaald worden voor de verhalen die ze aanleveren. Ook kunnen ze meerdere en verschillende opdrachtgevers tegelijkertijd hebben zolang de opdrachtgevers geen directe concurrenten van elkaar zijn (Deuze, 2002; Hermans, Vergeer & Pleijter, 2011).

Zoals Edstrom & Ladendorf (2012) aangeven zijn freelance journalisten zelden het middelpunt van onderzoek terwijl de freelance constructie tegenwoordig eerder de norm dan de uitzondering is (Kester, 2010; Boyd-Barrett & Rantanen, 2004). Freelancen is geen nieuw soort dienstverband, maar er wordt wel meer en meer gebruik van gemaakt omdat ze goedkoper en flexibeler kunnen zijn. Vaak wordt verwacht dat zij allround journalisten zijn en dus veel verschillende werkzaamheden kunnen verrichten (Nies & Pedersini 2003; Hermans, Vergeer & Pleijter 2011). Deuze (2002) onderzocht hoeveel journalisten op freelance basis werken (32%) en in vaste dienst zijn (68%). Deze verhouding is inmiddels veranderd: 46 procent tegenover 54 procent (Hermans, Vergeer & Pleijter 2011). Deze cijfers stammen uit 2010, dit is inmiddels zeven jaar geleden. Er zijn in de tussentijd veranderingen geweest binnen de journalistiek die ook invloed hebben gehad op de dienstverbanden. Helaas zijn er geen actuelere cijfers bekend over deze verhouding.

Archetti (2012) meent dat freelancers een waardevolle positie vervullen in de toekomst. Zij zijn goedkoper dan vaste aanstellingen en flexibeler in hun opdrachten (Hamilton 2010). Brown (2010) stelt hier tegenover dat freelancers het juist moeilijker dan ooit hebben. Freelancers moeten meer moeite doen voor opdrachten en krijgen fors minder betaald omdat de tarieven zijn gedaald (Deuze & Witsche, 2017). Een ander nadeel aan het freelance bestaan is de onzekerheid van werk en verzekeringen. Omdat de freelancer een zelfstandige is moet hij altijd zelf op zoek gaan naar werk. Daarbij komt ook nog dat sociale zekerheid niet gegarandeerd is. Dit betekent dat zaken als pensioenregeling, werkloosheid uitkeringen en dergelijke niet standaard geregeld zijn (Deuze & Witsche, 2017; Nies & Pedersini, 2003). Toch ervaren freelancers ook positieve aspecten aan het freelance bestaan. Zo ervaren zij de onzekerheid ook als vrijheid en voelen niet de druk van een redacteur om alsmaar te presteren tijdens kantooruren (Edstrom & Ladendorf, 2012; Nies & Pedersini, 2003).

2.6.2 De freelance buitenlandcorrespondent

In 2.6.1 is een definitie gegeven van de freelancer en eerder in 2.2.3 een definitie van de buitenlandcorrespondent. Hier komen deze twee soorten journalisten samen want zij zijn het uitgangspunt van dit onderzoek. In verhouding zijn er minder buitenlandcorrespondenten dan journalisten die werken in hun eigen land (Deuze 2002). Door de kleinere budgetten van nieuwsorganisaties is er gesneden in vaste aanstellingen van correspondenten. Hierdoor zijn voormalige correspondenten gedwongen te werken op freelance basis (Hamilton & Jenner 2004). Wel zijn prominente plaatsen als New York, Londen en Israël nooit afhankelijk van freelancers. Grote

nieuwstations hebben daar altijd wel een vaste correspondent zitten omdat uit prominente plaatsen in principe constant nieuws aangeleverd kan worden (Harcup & O'Neill 2001; Harcup & O'Neill 2016). In 2002 werkte volgens Deuze (2002) 53 procent van de Nederlandse buitenlandcorrespondent op freelance basis en 47 procent in vaste dienst. Dit zijn echter gedateerde cijfers en er zijn geen cijfers bekend over de huidige verhouding. Wel kan verwacht worden dat het percentage freelancers gestegen is door dalende budgetten van mediaorganisaties en het snijden in het aantal aanstellingen. Daarbij komt ook kijken dat het publiek minder geïnteresseerd zou zijn in buitenlands nieuws en dat daarom een dure positie als de vaste buitenlandcorrespondent eruit moest om geld te besparen (Kester, 2010; Wu & Hamilton, 2004).

Deze bezuinigingen zijn niet alleen negatief geweest. Opdrachtgevers lieten hun correspondenten los en waardoor er een aantal gaten vielen in nieuwsdekking. Freelancers hebben daar kansen kunnen aangrijpen om voor meerdere opdrachtgevers te gaan werken. Zij zijn flexibel en kunnen van regio naar regio reizen als dat nodig is (Archetti, 2012; Sambrook, 2010). Er is echter te weinig onderzoek gedaan naar de freelance correspondent om hier duidelijke en betrouwbare uitspraken over te kunnen maken.

2.6.3 Specialiseren als freelancer

Dat journalisten het moeilijker hebben dan ooit mag inmiddels duidelijk zijn. Een antwoord op deze crisis zou specialiseren kunnen zijn. Als een journalist zich toelegt op een nichemarkt of in een onderwerp uitblinkt zou dat wel eens goed kunnen uitpakken (Brown 2010). Het vinden van een niche is echter nog niet zo makkelijk. Vaak lopen journalisten per toeval tegen een niche aan (Archetti, 2012). Het voordeel van het hebben van een specialisatie is dat de journalist kan optreden als expert in bijvoorbeeld televisie- of radioprogramma's waardoor hij naast het daadwerkelijk publiceren ook nog een bijrol kan vervullen (Sambrook, 2010). Naast een nichemarkt vinden kan een journalist multimediaal werken om een zo breed mogelijk publiek binnen de niche te bedienen (Hamilton & Lawrence 2010). Dus specialiseren in een onderwerp en multimediaal werken zou een eventuele uitkomst bieden. Of dit ook het geval is bij freelance correspondenten is de vraag omdat het land waarin ze werken al vaak de specialisatie is.

Geconcludeerd kan worden dat er weinig onderzoek is gedaan naar de freelance buitenlandcorrespondent. Freelancen is een werkvorm in de groei, helemaal binnen het correspondentschap. Vaste aanstellingen worden schaarser in zowel binnenlandjournalist als buitenlandjournalistiek. Hoewel freelancen vele onzekerheden met zich meebrengt, heeft het ook zijn voordelen. Het is echter onbekend hoe freelancers omgaan met deze onzekerheden en met de toename van het aantal freelancers. De deelvraag die hieruit voortkomt is: hoe wordt het werk van freelance correspondenten beïnvloed door de toename van freelance correspondenten en de afname van

correspondenten in vaste dienst? Deze toename kan er namelijk aan bijdragen dat correspondenten anders te werk moeten gaan dan dat zij voorheen deden.

2.7 Conclusie

Dit hoofdstuk heeft beschreven welke ontwikkelingen in het medialandschap ten grondslag liggen aan de verschuivingen die gaande zijn in de mediawereld. De ontwikkelingen hebben zowel negatieve als positieve effecten gehad. De volgende vraag is hieruit afgeleid: hoe beïnvloeden deze ontwikkelingen het werk van freelance correspondenten?

Daarnaast is ook beschreven wat het belang is van kwalitatief goed internationaal nieuws en door wie dit verslagen zou moeten worden: de buitenlandcorrespondent. Over het algemeen zou er een dalende vraag naar buitenlands nieuws zijn. De vraag die hierbij gesteld wordt is: hoe beïnvloedt de veranderende vraag naar buitenlands nieuws het werk van freelance correspondenten?

Ook is gekeken naar de journalistieke waarden, rolinvulling en routines die verschuiven door de ontwikkelingen. Het is onduidelijk hoe correspondenten tegenwoordig omgaan met deze zaken. Vanuit welk perspectief de freelance correspondent te werk gaat is relatief weinig onderzocht, maar dat biedt voor dit onderzoek een goede invalshoek. Daarom de vraag: wat betekenen de verschuivingen van journalistieke waarden, rolinvulling en journalistieke routines voor de freelance correspondent?

Tot slot is gekeken naar de freelancer en de freelance correspondent. De freelanceconstructie is niet nieuw maar is wel groeiend. Toch zijn weinig onderzoeken hierop gericht. De freelance correspondent is, in elk opzicht, zelden het onderwerp van analyse geweest. Dat betekent niet dat deze groep er niet toe doet. De vraag die hier gesteld wordt is: hoe wordt het werk van freelance correspondenten beïnvloed door de toename van freelance correspondenten en de afname van correspondenten in vaste dienst?

3. Methode

In dit hoofdstuk wordt de onderzoeksaanpak beschreven. In paragraaf 3.1 wordt ingegaan op de kwalitatieve onderzoeksmethode die gebruikt is. De dataverzameling is beschreven in paragraaf 3.2. Daarna wordt de topiclijst weergegeven in paragraaf 3.3. Vervolgens komen de respondenten aan bod in 3.4 en tot slot gaat paragraaf 3.5 in op de data-analyse. Voor het overzicht worden hier nog eens de onderzoeksvraag en de deelvragen gepresenteerd:

RQ: Hoe geven Nederlandse freelancejournalisten invulling aan hun buitenland correspondentschap?

Deelvragen:

1. Hoe beïnvloeden de economische en technologische ontwikkelingen het werk van freelance correspondenten?
2. Hoe beïnvloedt de veranderende vraag naar buitenlands nieuws het werk van freelance correspondenten?
3. Wat betekenen de verschuivingen van journalistieke waarden, rolinvulling en journalistieke routines voor de freelance correspondent?
4. Hoe wordt het werk van freelance correspondenten beïnvloed door de toename van freelance correspondenten en de afname van correspondenten in vaste dienst?

3.1 Kwalitatieve onderzoeksmethode

Dit onderzoek werd uitgevoerd met behulp van een kwalitatieve onderzoeksmethode. Deze soort methode is niet gericht op statistiek of cijfers, maar op het ontdekken en begrijpen van bepaalde thema's of verschijnselen (Baarda et al., 2013). Kwalitatieve onderzoeksmethoden worden gebruikt voor het vinden van relevante kenmerken waardoor de onderzoeker nieuwe resultaten kan vinden en deze toegevoegde waarde hebben voor al bestaand onderzoek (Wester & Peters, 2004). Daarbij kunnen deze methodes worden gebruikt voor het beschrijven en begrijpen van bepaalde situaties, mensen en gebeurtenissen (Reulink & Lindeman 2005).

Er werd voor interviews gekozen omdat de ervaringen van correspondenten uniek zijn en niet gemeten kan worden door middel van kwantitatieve methoden. Volgens Gilbert (2008) zijn interviews uitermate geschikt voor het verkrijgen van gedetailleerde informatie over wat er op het moment gebeurt. Hier willen we het perspectief van de correspondenten reconstrueren wat het beste gedaan kan worden door hen direct zelf vragen te stellen. Stake (1995) voegt daaraan toe dat interviews geschikt zijn wanneer het onderzochte onderwerp een proces is wat niet geobserveerd kan worden. Dit proces houdt in dat het onderzochte onderwerp niet stilstaand is maar onderhevig is aan veranderingen zoals ontwikkelingen in het nieuwslandschap (Baarda et al., 2013). Dit betekent dat de benodigde informatie moet komen van mensen die onderdeel zijn van het proces: correspondenten. Deze personen staan

midden in het nieuws en hun ervaring kan alleen verteld en niet geobserveerd worden. Focusgroepen zijn hier ook niet geschikt voor omdat het om de individuele ervaring van de correspondent gaat. Daarbij verblijven de correspondenten op het moment van interviewen in het buitenland wat het ook praktisch onmogelijk maakt om te observeren of om ze samen aan een tafel te zetten.

Volgens Kvale (1996) zijn semigestructureerde interviews bruikbaar voor het ontdekken van feiten, betekenissen en ervaringen. Deze zijn gebaseerd op een topiclist, maar de vragen en de volgorde ervan zijn niet definitief vastgesteld. Dit betekent dat er ruimte is voor de interviewer om door te vragen wanneer hij iets niet begrijpt of wanneer de geïnterviewde iets interessants zegt (Evers, 2007). Het interview kan een eigen wending nemen, maar kan in de juiste richting gestuurd worden wanneer dat nodig is (DiCicco-Bloom & Crabtree 2006). Dit is volgens Hermanowicz (2002) belangrijk omdat het interview hierdoor juist interessante quotes en resultaten kan opleveren.

3.2 Dataverzameling

De data voor deze thesis komt uit 15 interviews van elk ongeveer een uur lang. Er is gekozen voor dit aantal interviews omdat elke respondent een ander antwoord kan geven en er verwacht werd dat er na ongeveer 10 interviews verzadiging op zou treden, dit is deels zo gebleken. Daarom is het aantal uitgebreid naar 15. Hierna is er wel verzadiging opgetreden Dit is ook gedaan om de betrouwbaarheid en validiteit veilig te stellen (Boeije, 2014; Gilbert, 2008). De interviews zijn afgenomen met freelance buitenlandcorrespondenten die momenteel werkzaam en woonachtig zijn in het buitenland. Freelance buitenlandcorrespondent betekent hier een Nederlandse journalist, woon- en werkachtig in het buitenland en die niet in vaste dienst is van een nieuwsorganisatie. Zij kunnen een tijdelijk of speciaal contract hebben met nieuwsmedia maar hoeven niet exclusief voor één enkele nieuwsorganisatie te werken. Er is gekozen voor *purposive sampling* waarbij er gericht wordt gezocht naar personen die aan specifieke kernmerken voldoen (Plochg, Juttmann & Klazinga, 2007). De correspondenten zijn geselecteerd op basis van standplaats, mediumtype waar ze voor werken en de mate van actief zijn in de journalistiek.

Deze respondenten zijn gevonden op verschillende manieren. Ten eerste is er door middel van een overzichtskaart van De Buitenlandredactie (2014) gekeken naar welke correspondenten waar gestationeerd zijn. Deze kaart stamt echter uit 2014 en is niet actueel meer, daarom is voor elke correspondent op de kaart nagegaan of deze persoon nog actief is op de plaats die op de kaart aangegeven staat. Dit is gedaan door naar de website en het Twitteraccount van de correspondent te gaan en hen te googelen. Op Google is er een tijdslimiet van een maand geleden ingesteld om zo te achterhalen wanneer een correspondent voor het laatst iets gepubliceerd heeft. Ten tweede is er na het onderzoeken van het correspondentenoverzicht van De Buitenlandredactie (2014), gegoogeld naar freelancecorrespondenten en buitenlandcorrespondenten in een bepaald gebied om zo een, geografisch gezien, wijde spreiding van correspondenten te krijgen. Zo is bijvoorbeeld correspondent Eva Schram

gevonden die gestationeerd is in San Francisco in de Verenigde Staten en niet op de kaart staat van de Buitenlandredactie (2014).

Het eerste selectiecriteria was de standplaats van de correspondent. Om een zo divers mogelijk beeld te krijgen van hoe freelancers te werk gaan in verschillende plaatsen in de wereld is er een onderscheid gemaakt in prominente en niet-prominente plaatsen, of A en B-locaties. Hiervoor werd gekozen omdat de verwachting was dat de plaats invloed zal hebben op de manier waarop correspondenten hun professie invullen. Een prominente plaats betekent hier landen of gebieden die permanent in het nieuws zijn op gebied van politiek, economie, cultuur of humanitaire issues (Lokaalmondiaal et al., 2013; Wu, 2000). Dit zijn regio's die voor Nederland prominent zijn. Voorbeelden hiervan zijn de Verenigde Staten, China, Rusland, Turkije en het Midden-Oosten. Niet-prominente plaatsen zijn landen of regio's die niet permanent of vaak in het nieuws zijn. Gebeurtenissen in dit soort gebieden komen alleen in het nieuws wanneer er meerdere nieuwswaarden aanwezig zijn wanneer daaraan is voldaan. Voorbeelden van dit soort landen zijn Brazilië, Cambodja, Kenia en Marokko. Er komt uit deze gebieden niet dagelijks nieuws voorbij in Nederland omdat hier minder vaak nieuwswaardige gebeurtenissen plaatsvinden en Nederland hier geen directe belangen heeft (Harcup & O'Neill 2016). De geïnterviewde respondenten zijn verspreid over de hele wereld. Ieder continent is gedekt behalve Australië omdat hier geen freelance correspondent gevonden kon worden die beschikbaar was.

Het tweede selectiecriteria ontstond uit het idee van selecteren op mediumtype als kranten, radio, televisie en dergelijke. Na onderzoek kon geconcludeerd worden dat de meeste freelance correspondenten multimediaal werken waardoor het mediumtype geen scherpe onderscheidende factor is. Daarom is er gekeken naar de mediaorganisatie waarvoor de correspondenten werken. De selectie is zorgvuldig gemaakt zodat de correspondenten niet voor dezelfde media werken. Zo zijn er bijvoorbeeld respondenten die voor De Telegraaf werken, een paar die voor Trouw werken, BNR, NRC en One World. Er is op gelet dat dus niet alle respondenten of de meerderheid daarvan voor hetzelfde medium werken zodat er spreiding is over mediumtitels.

Tot slot is er een selectie gemaakt op basis van activiteit. Hiermee wordt bedoeld dat er is gekeken naar de frequentie van actief werkzaam zijn als journalist. De correspondentenkaart van De Buitenlandredactie werd gecontroleerd door alle correspondenten die daarop stonden op te zoeken en via Google te achterhalen van wanneer de laatste publicatie van een correspondent was. Op deze manier werd duidelijk dat veel correspondenten uit het overzicht niet meer actief zijn of al wekenlang niet meer gepubliceerd hebben. Door te zoeken en te selecteren op de datum van laatst gepubliceerde verhalen werd vastgesteld wie er actief is, fulltime werkt en regelmatig publiceert.

Na het opstellen van deze selectiecriteria is er een topiclijst gemaakt die voor de interviews is gebruikt. De semigestructureerde interviews werden door zowel de topiclijst als de respondent geleid. De respondent had de mogelijkheid om bredere onderwerpen gerelateerd aan de topiclijst aan te snijden. Aan het einde van het interview is er aan de respondent gevraagd of de interviewer iets

vergeten was te vragen of dat er bepaalde onderwerpen of uitspraken zijn die benadrukt moeten worden. Dit is gedaan om de betrouwbaarheid van het onderzoek te verhogen.

3.3 Topiclijst

De gebruikte topiclijst bevatte 14 open vragen. Deze vragen boden de mogelijkheid voor de respondent om te laten weten wat voor hem of haar belangrijk is en het biedt de interviewer de mogelijkheid om door te vragen op de antwoorden van de respondent (Hermanowicz, 2002). Deze vragen vloeien voort uit de bestaande literatuur gebruikt in het onderzoek. Na de eerste vijf interviews is de lijst herzien om op bepaalde thema's waar de eerste respondenten uitgebreid over vertelden meer nadruk te leggen of om nieuwe inzichten mee te nemen in de volgende interviews. Vraag 12b is toegevoegd omdat tijdens de eerste interviews opviel dat correspondenten uitgebreid over de relatie met Nederlandse media praatte, maar veel minder over de relatie met internationale media terwijl zij daar wel werkzaam voor zijn. Na de volgende vijf interviews is dit proces herhaald. Daardoor is vraag 6 toegevoegd omdat tijdens de interviews sociale media vaker ter sprake kwam en dat een onderwerp is wat volgens de besproken theorie belangrijker wordt. De eerste twee vragen zijn inleidende, laagdrempelige vragen die zonder veel moeite te beantwoorden zijn voor respondent. Dit soort vragen laten de respondent meer op zijn of haar gemak voelen waardoor het gesprek soepeler op gang komt (Boeije, 2010; Hermanowicz, 2002). De definitieve topiclijst is hieronder in tabel 2 weergegeven in de volgorde van deelvragen.

Inleidende en afsluitende vragen	1. Zou je je journalistieke loopbaan kunnen schetsen? 2. Wat spreekt je aan in land X? Waarom ging je naar dat land? 3. Wat zie je als je grootste succes als freelance correspondent?
Ontwikkelingen medialandschap	4. Als ik een medium in Nederland ben, heb ik dan keuze uit meerdere Nederlandse freelancers daar? Hoe ziet de concurrentie eruit? 5. Wat zijn de problemen waar je in je journalistieke werk in het land tegenaan loopt? 6. Hoe maak je gebruik van sociale media?
Vraag naar buitenlands nieuws	7. Hoeveel vraag is er naar nieuws uit jouw land en hoe komt dat? 8. Wat is jouw visie op de rol van buitenlandjournalistiek? a. Staat het volgens jou onder druk? Zo ja, wat merk je daar van? b. Waar ligt jouw verantwoordelijkheid als journalist binnen de maatschappij? Oftewel hoe zie jij jouw rol als journalist?
Freelance correspondenten	9. Kun je uitleggen wat jouw journalistieke expertise is? (doorgaan op eventuele niche).

	10. Voer je ook andere werkzaamheden uit naast de journalistiek? Zo ja welke? 11. Waar liggen kansen voor freelance correspondenten in jouw regio?
Manier van werken	12. Hoe kom je aan je opdrachten? a. Wat voor relatie heb je met opdrachtgevers als freelancer zijnde? b. Hoe anders is deze relatie met internationale opdrachtgevers? 13. Hoe kom je in een gebied als X aan je informatie? 14. Hoe heb je je netwerk opgebouwd in het land?

Tabel 2: topiclijst

3.4 Respondenten

Er is uiteindelijk een lijst met 41 potentiële respondenten tot stand gekomen. Met 41 potentiële respondenten is er rekening gehouden met de mogelijkheid dat er correspondenten zouden zijn die niet mee wilden of konden werken aan het onderzoek. De correspondenten zijn in verschillende etappes uitgenodigd om te kijken hoe de respons zou zijn en de interviews gespreid in te plannen. Wanneer een correspondent na een week nog niet geantwoord had, is er een herinneringsemail gestuurd.

Van de 41 potentiële respondenten zijn er in het totaal 21 benaderd voor een interview. Hiervan hebben vier personen niet gereageerd op zowel de eerste uitnodiging als de herinneringsemail. Eén persoon is sinds kort verhuisd en geen correspondent meer, dus kwam alsnog niet door de selectie heen en een andere correspondent had geen tijd. Met de overgebleven 15 correspondenten is via emailcontact een afspraak gemaakt voor een Skype interview. Zij zijn voor het interview kort geïnformeerd waar het over zou gaan en indien gewenst is er een verkorte versie van de topiclijst opgestuurd. Alle respondenten zijn aan het begin van het interview akkoord gegaan met de opname van het interview, het gebruik van de opname voor puur academische doeleinden en naamsvermelding. De namen van de correspondenten zijn echter in de resultaten-beschrijving niet gebruikt. In plaats daarvan worden citaten en andere informatie betreffende de correspondent aangeduid met de standplaats omdat een standplaats in dit geval meer zegt over het correspondentschap dan een naam. Hieronder is in tabel 3 schematisch weergegeven welke freelance correspondenten er zijn geïnterviewd.

Respondenten	Standplaats	Media	Mediumtype
Hagar Jobse	Madrid, Spanje	Radio1, Juist, Deutsche Welle, Al Jazeera, Het Parool, losse opdrachten	Schrijven en radio

Michiel van Blommenstein	Lodz, Polen	Elsevier, vakbladen, ZD Net, losse opdrachten	Schrijven
Ate Hoekstra	Phnom Penh, Cambodja	Trouw, Financieele Dagblad, De Tijd, Het Parool, Deutsche Welle, De Groene Amsterdammer, losse opdrachten	Schrijven
Eva de Vries	Nairobi, Kenia	AL Jazeera, VPRO Bureau Buitenland, One World, De Groende Amsterdammer	Schrijven, radio en fotografie
Wies Ubags	Rio de Janeiro, Brazilië	ANP, One World, FNV, Radio 1, VRT, losse opdrachten	Schrijven en radio
Willemijn de Koning	Rabat, Marokko	Radio 1, AD, Knack, VRT, Deutsche Welle, ARD	Schrijven en radio
Joost Bosman	Moskou, Rusland	AD, BNR, FD, RTL Z, EénVandaag, losse opdrachten	Schrijven en radio
Hans Klis	New York, VS	NRC, vakbladen, losse opdrachten	Schrijven
Aletta Andre	Delhi, India	Trouw, FD, VPRO Bureau Buitenland, Deutsche Welle, Al Jazeera, losse opdrachten	Schrijven en radio
Edwin Timmer	Mexico-stad, Mexico	De Telegraaf, Nieuwe Oogst, Boerderij Vandaag, KRO NCRV Radio, BNR, De Tijd, VRT	Schrijven en radio
Marcel Vink	Beijing, China	Elsevier, De Telegraaf, KNVB Media	Schrijven
Niels Posthumus	Johannesburg, Zuid-Afrika	Trouw, BNR, De Groene Amsterdammer, De Standaard, De Correspondent	Schrijven en radio
Judit Neurink	Erbil, Irak	Trouw, One World, De Standaard, Radio 1, Met het oog op morgen, NOS, AlMonitor, Deutsche Welle, losse opdrachten	Schrijven en radio

Bram Posthumus	Ouagadougou, Burkina Faso	Deutsche Welle, Radio France Inter, Voice of America, BBC, Monocle, De Groene Amsterdammer, One World, Wordt Vervolgd, losse opdrachten	Schrijven en radio
Eva Schram	Silicon Valley, VS	One World, De Groene Amsterdammer, IPS, SamSam, Knack, PsychologieM, Sprout (schrijven)	Schrijven

Tabel 3: Respondenten en selectiecriteria

3.5 Analyse

Na het afnemen van de interviews zijn deze getranscribeerd. De Skypeverbinding was niet altijd optimaal waardoor er in een paar interviews korte fragmenten niet te transcriberen waren. Na het transcriberen is de thematische analyse uitgevoerd. De transcripten zijn in drie fases gecodeerd (Boeije, 2010). Het is uitgevoerd aan de hand van constante vergelijking. Dit betekent dat er wordt gezocht naar herhalingen en patronen tussen codes waar uiteindelijk thema's uit voortkomen (Boeije, 2005). Voor het coderen en sorteren is het stappenplan van Boeije (2010) in acht genomen. In de eerste stap is er open gecodeerd. Daarbij zijn de transcripten opgeknipt, onderzocht, vergeleken, geconceptualiseerd en gecategoriseerd (Boeije, 2010; Strauss, 1987). Boeije (2005) beschrijft de open coderingsfase als oriëntatie van het veld waarbij het doel ligt in de totstandkoming van een eerste begrippenkader dat gegevens hanteerbaar maakt en het onderwerp thematiseert. Alle transcripten zijn zorgvuldig gelezen in fragmenten ingedeeld. Relevante fragmenten werden gelabeld met een code en onderling vergeleken. In de praktijk zeiden deze labels nog niet zo veel omdat de codes en concepten nog geen definitieve vorm hebben gekregen. Daarom volgt de volgende fase: axiaal coderen (Boeije, 2005, 2010).

Boeije (2005) beschrijft deze fase als een proces waarbij de codes uit de eerste fase worden geordend waardoor de belangrijkste codes naar voren komen en minder belangrijke codes weggelaten worden of een subcategorie gaan vormen. De codes werden in deze fase kritisch bestudeerd en onderwerpen die bij elkaar horen werden gegroepeerd. Hierdoor verminderde het aantal categorieën maar ontstonden er wel subcategorieën. Dit proces heeft geleid tot een codeboom met hoofdthema's en sub-thema's. Met deze lijst thema's is een eerste test uitgevoerd op de transcripten om te kijken of de thema's bij de data paste. Eventuele dubbele (sub)categorieën zijn eruit gehaald. De transcripten zijn hierna nogmaals gelezen om er zeker van te zijn dat er geen belangrijke onderdelen vergeten waren.

De categorieënlijst werd nog eens gecontroleerd en aangevuld. Hieruit is de codeboom ontstaan die in paragraaf 3.6 is gepresenteerd.

In de laatste fase, selectief coderen, zijn de transcripten opnieuw gecodeerd, maar nu aan de hand van de categorieënlijst. De hoofdthema's die daaruit zijn ontstaan zijn *achtergrond van de correspondent*, *werkwijze*, *relaties*, *prominente plaatsen*, *niet-prominente plaatsen* en *kritiek op Nederlandse media*. Ieder hoofdthema is verdeeld in meerdere sub-thema's. Tijdens deze fase zijn er geen nieuwe codes en categorieën ontdekt. Dit betekent ook dat er saturatie is bereikt: er zijn geen nieuwe (sub)categorieën gevonden. Het is van belang te zeggen dat tijdens elke fase er ook is gezocht naar data die niet in het herhalingspatroon vielen om zo tunnelvisie te vermijden en met een open blik te blijven analyseren (Brodsky, 2008). Het gevolg hiervan is dat niet het perspectief van het onderzoek leidend is maar juist dat van de freelance correspondent.

3.6 Codeboom

Achtergrond van de correspondent

- Wetenschappelijk onderlegd (universitaire studie afgerond gericht op standplaats en situaties die zich daar voordoen)
- Aantrokken tot het buitenland (eerder al in de standplaats geweest, interesse door studie en stage)
- Op de bonnefooi vertrekken (geen vaste opdrachtgevers, zichzelf een proeftijd geven)

Werkwijze van de correspondent

- Macht van de correspondent ()
- Verhalen maken (opdrachtgevers vergaren, het belang van een netwerk, netwerk opbouwen)
- Breed werken (niet specialiseren, land is een niche, multimediaal werken ...)

Relaties

- Loyaliteit van de Nederlandse media (trouw aan de correspondenten)
- Dienstverband (freelance contracten zijn exclusiviteitscontracten, geen afname garantie)
- Loyaliteit tussen correspondenten (de correspondent kent zijn positie, respect voor elkaar)
- Relatie met buitenlandse media (geen loyaliteit van internationale media, kansen op meer werkgevers)

Prominente plaatsen

- Belangen van Nederland (economische en politieke belangen)
- Landelijke kranten (correspondenten in prominente plaatsen alleen werkzaam voor grote krant(en))
- Vraag naar nieuws (minder dan vroeger, maar constant, continu werk, aantrekking FD)
- Minder opdrachtgevers nodig (vaste opdrachtgevers, internationale media niet noodzakelijk)

Niet-prominente plaatsen

- Vraag naar nieuws (verminderde vraag naar nieuws door financiële positie en mindere belangstelling voor land, link met Nederland is belangrijk)
- Opdrachtgevers en werkwijze (onderwerpen uitmelken, herverkoop van verhalen, internationale media zijn noodzakelijk, nevenwerkzaamheden)

Kritiek op Nederlandse media

- Nederlandse link (onzin, buitenlandse media link niet nodig)
- Soort vraag vanuit Nederland (vraag naar cliché verhalen, beperkte berichtgeving)
- Onderschatte meerwaarde van de correspondent (expertise van de correspondent niet gebruiken, verkeerde berichtgeving van redacties en parachute journalisten)

4. Resultaten

Dit hoofdstuk beschrijft de resultaten uit de interviews. De ervaringen van de freelance correspondenten laten vier terugkerende hoofdthema's zien: de vraag naar nieuws, de werkwijze van freelance correspondenten, de relatie tussen freelance correspondenten en de media en frustratie naar de media. Deze hoofdthema's zijn opgedeeld in sub-thema's die hieronder per paragraaf beschreven worden.

4.1 Achtergrond van de correspondent

Veel van de geïnterviewde journalisten blijken een gelijksoortige achtergrond te hebben. Slechts een aantal hebben daadwerkelijk een journalistieke studie gevolgd: Phnom Penh, Moskou en Mexico Stad. De meerderheid heeft een wetenschappelijke achtergrond, zowel een bachelor als een masterstudie, die enigszins gericht is op het land waarin ze nu werkzaam zijn en de onderwerpen waarover zij schrijven. Voorbeeld studies zijn Geschiedenis, Engels, Politicologie, Internationale Betrekkingen en Latijns-Amerika studies. Degenen die een journalistieke achtergrond hebben, zijn vaak later nog een master gaan volgen om meer kennis te vergaren op het gebied waarin ze geïnteresseerd waren en waarin ze wilden werken:

“Toen ik van de middelbare school kwam ben ik naar de journalisten-opleiding gegaan, Windesheim. In ‘91 heb ik die voltooid, toen moest ik nog in militaire dienst en heb ik ook als journalist gewerkt, had ik een journalistiek baantje dus dat kwam goed uit. Ik was wel gewoon soldaat hoor, maar goed, dat was een leuke bijkomstigheid. Daarna ben ik in september ‘92 aan de UvA Ruslandkunde gaan studeren. (...) Dat was een verkort doctoraal”.

Correspondent in Moskou (p. 88)

De meerderheid van de correspondenten heeft uiteindelijk een wetenschappelijke achtergrond. Dit laat zien dat een bredere wetenschappelijke achtergrond meer waarde heeft dan enkel een journalistieke achtergrond. Journalistiek kan namelijk gemakkelijker geleerd worden in de praktijk dan de vaardigheden die men opdoet tijdens een wetenschappelijke studie. Dat blijkt ook uit het idee dat wanneer men afstudeert van de studie Journalistiek, de journalist nog geen enkele ervaring of kennis heeft om over te schrijven. Daarom was de correspondent in Kenia gestopt met haar studie Journalistiek en begonnen aan een universitaire studie:

“Ik was wel best overtuigd dat ik de journalistiek in wilde alleen ik had op dat moment zoiets van: ja, ik ben 18 en ik waar moet ik dan overschrijven? Ik heb helemaal nog geen kennis. Dus heb ik ervoor gekozen om te stoppen met journalistiek en om een universitaire studie te gaan

doen. Ik heb Internationale Betrekkingen gedaan en daarna Conflict Studies and Human Rights”.

Correspondent in Nairobi (p. 44)

Net als de correspondenten in Kenia en Rusland zijn er meerdere correspondenten die in hun standplaats zijn geweest voor een langere tijd, voordat zij zich als correspondent in het land vestigden. De reden dat correspondent voor een standplaats kiest is bijna altijd van persoonlijke aard. Er zijn drie redenen.

Ten eerste hebben veel correspondenten ervaring opgedaan in hun standplaats door middel van een stage. Tijdens of na de studie hebben zij een stage gevolgd die de interesse in het land heeft aangewakkerd. Dit heeft als gevolg gehad dat de correspondent na de stage terug wilde naar dat land om te gaan werken:

“Ik heb een jaar in Kaapstad in Zuid-Afrika gestudeerd en tijdens mijn onderzoek voor mijn masterscriptie zat ik in het grensgebied met Kenia, Zuid Sudan en Noord Oeganda. (...) Het is gewoon een plek waar ik mij persoonlijk goed voel maar waarvan ik ook gewoon qua werk, wat het gewoon heel interessant maakt en waar ik sowieso al best wel veel over wist dus dat maakt ook wel uit. Het is anders als ik besloten zou hebben om naar Azië te gaan”.

Correspondent in Nairobi (p. 44)

De tweede reden voor correspondenten om naar het buitenland te trekken is het hebben van een bepaalde persoonlijke band met het land waardoor de correspondent zich aangetrokken voelt tot de cultuur en de manier van leven:

“Ik had zin in iets gepassioneerds, een omgeving met meer emoties. Ik had een beetje het gevoel dat ik in het verkeerde deel van de wereld was geboren. Ik had daar al een paar keer gereisd en ik voelde me, ik vond het een heel erg prettig land. Er zijn heel veel problemen qua geweld, maar de mensen zijn ontzettend aardig en gastvrij en ja ik voelde me opgenomen, ik voelde me thuis. Het is heel levendig. Het is gewoon een hele prettige omgeving”.

Correspondent in Rio de Janeiro (p. 63)

Deze band komt vaak voort uit een bepaalde connectie met het land. Die connectie is vroeg ontstaan, meestal al tijdens de jeugd door invloed van de omgeving:

“Mijn moeder heeft Spaans gestudeerd. Wij gingen elk jaar sinds ik geboren ben op vakantie naar Spanje en dan gingen we echt heel Spanje door met een tent. (...) Ik zei altijd: ik word journalist en ik ga later in Spanje wonen dus toen ik 18 was en ik had de middelbare school af,

ben ik naar Granada gegaan in Zuid-Spanje en heb ik daar een half jaar Spaans geleerd en toen wilde ik ook eigenlijk niet meer terug naar Nederland”.

Correspondent in Madrid (p. 4)

Een derde persoonlijke reden om naar het buitenland te verhuizen is omdat de correspondent een partner heeft uit het betreffende land. Vaak hebben de correspondent een aantal jaar met hun partner in Nederland gewoond. Toch willen zij hun vrouw of man de kans geven om ook in hun thuisland te wonen en dichterbij familie te zijn. De correspondent ziet dit als een kans om vanuit daar zijn werk te gaan doen:

“Toen kwam ik uiteindelijk ook mijn huidige vrouw tegen, die is Mexicaanse. Dus eerst kwam zij naar Nederland toe en vervolgens zijn wij hier naartoe gegaan zodat zij ook in eigen land zit. (...) Op het moment dat ik hier zat in ‘97, wilde ik hier al wel blijven als journalist maar ik had zoiets van ik ken het vak nog niet eens. Ik bedoel, ik had de opleiding gehad maar ik moet eerst maar eens even het vak zelf leren en gelukkig lukte dat. Toen hadden we ook zoiets van nou toe maar dan”.

Correspondent in Mexico Stad (p. 134)

Naast persoonlijke redenen zagen de correspondenten ook kansen liggen in het land waar ze nu werken. De kansen die zij zagen hadden vooral betrekking op het aantal Nederlandse correspondenten wat toentertijd in het land aanwezig was. Veel correspondenten betekent een verdeelde markt en weinig kansen voor nieuwe journalisten. Weinig correspondenten betekent meer kansen:

“Ik kwam erachter dat er in India bijna geen correspondenten waren vanuit Nederland en ik kwam er ook achter dat er meerdere media op zoek waren naar freelance correspondenten in India. Op die manier kom ik erachter dat dat dus heel normaal was om als correspondent freelance voor meerdere media te werken”.

Correspondent in Delhi (p. 119)

De eventuele link die het land heeft met Nederland is ook een belangrijke overweging omdat de verhalen daardoor beter verkoopbaar zijn. Nederlandse media vinden vaak verhalen relevanter voor het Nederlandse publiek wanneer er een connectie is met Nederland. De aanwezigheid van een link was voor meerdere journalisten dan ook doorslaggevend:

“Er is gewoon heel veel aandacht voor Zuid-Afrika. Natuurlijk de historische banden, maar ook heel veel economische banden, dus heel veel handel tussen Zuid-Afrika en Nederland. Ook heel belangrijk: er gaan natuurlijk heel veel Nederlanders op vakantie naar Zuid-Afrika. (...) Als

journalist zijnde denk je van: laat ik naar Zuid Afrika gaan want dat is een leuk land. Laat ik het daar proberen”.

Correspondent in Zuid-Afrika (p. 164-165)

De meeste correspondenten probeerden contacten te regelen voordat zij vertrokken naar het buitenland. Toch zeggen de meesten dat zij op de bonnefooi zijn gegaan zonder een officiële toezegging van een groot medium:

“Ik werkte toen nog niet voor de Telegraaf. Ik had wel wat andere losse opdrachtgevers, dus een deel van mijn werk kon ik meenemen naar China. Na een jaartje hoorde ik eigenlijk via mijn Chinees Nederlands netwerk dat er een vacature zou komen, of althans dat de correspondent in China zou stoppen. Toen heb ik mij gemeld bij de Telegraaf”.

Correspondent in Beijing (p. 146-147)

Door het vertrekken zonder toezegging of contract van een medium nemen freelancers een risico. Rondkomen van het freelance bestaan is moeilijk. Daarom gaven correspondenten zichzelf een bepaalde proeftijd waarbinnen zij voor zichzelf zouden uitzoeken of het freelance correspondentschap kans van slagen zou hebben: “Het is niet zo gemakkelijk om je verhalen kwijt te kunnen, maar ik dacht ik geef mezelf een half jaar ofzo en als het lukt dan blijf ik. Ik ga gewoon op proef. En dat zijn er bijna 11 jaar geworden” (correspondent in Rio de Janeiro, p. 63). De proeftijd die de correspondenten zichzelf gaven bleek goed uit te vallen omdat zij allemaal zijn gebleven en werk hebben.

Conclusie

Uit de interviews is gebleken dat de meeste correspondenten een wetenschappelijke achtergrond hebben. Zij hebben een studie gevolgd, bachelor of master, die enige samenhang heeft met het land waarin zij nu gestationeerd zijn en de onderwerpen waar zij het liefst over schrijven. Het was voor de correspondenten belangrijk om een theoretische fundering te hebben en vanuit daar de journalistieke praktijk te leren. De standplaats van de correspondent is nooit per toeval gekozen. Tijdens de studie of eerder al is de interesse voor het land gewekt en alleen maar toegenomen. De reden voor het verhuizen naar het betreffende gebied is dan ook meestal van persoonlijke aard. Zij wilden graag in het land verblijven en werken, maar wel met een proeftijd. De meesten zijn namelijk vertrokken zonder echt vaste freelance opdrachtgevers. Hierdoor was het voor de correspondenten onzeker of ze het wel zouden redden als freelance correspondent.

4.2 Werkwijze van de freelance correspondent

4.2.1 Positie van de correspondent

Het werk van een correspondent begint met het voorstellen van een verhaal: pitchen. Uit de interviews is gebleken dat alle correspondenten, met uitzondering van één persoon, een verhaalidee pitchen voordat zij het verhaal daadwerkelijk gaan maken: “Eigenlijk alles wat ik maak stel ik zelf voor. Maar goed, ik ga nooit iets maken als ik niet groen licht heb. Dus ik schrijf altijd pitches. Je moet sowieso pitchen, dat is, ik zou zeggen denk 50% van je werk” (correspondent in Madrid, p. 8). Deze correspondent zit in Madrid, een niet-prominente plaats voor Nederland. Ook correspondenten uit prominente plaatsen, plaatsen waar doorgaans veel nieuws vandaan komt, moeten zelf verhalen pitchen: “Bij de meeste opdrachtgevers moet je gewoon echt zelf pitchen, die gaan niet naar je toe van goh wil je alsjeblieft dit maken voor ons. Het is wel als freelancer, ook in het buitenland, je moet zelf pitchen, je moet er zelf achteraan” (correspondent in New York, p. 109). De reden die hiervoor wordt gegeven is het vermijden van risico’s. Door een verhaal eerst te pitchen en het pas te gaan maken wanneer er door het medium groen licht is gegeven, worden onnodige risico’s op inkomsten verlies vermeden. Een correspondent steekt namelijk veel tijd en moeite in een verhaal omdat hij bronnen moet zoeken en op pad moet gaan. Wanneer een verhaal eerst gemaakt wordt en daarna pas wordt aangeboden aan een medium, bestaat er de kans dat het gemaakte stuk afgewezen wordt. Dan zijn er dus tijd, moeite en wellicht reiskosten gestoken in een verhaal dat geen inkomsten oplevert.

“Tijd is toch kostbaar en dan heeft het niet zoveel zin om het te maken zonder medium. Je kunt net mazzel hebben hoor dat je een stuk schrijft en dat ze het willen hebben maar ik kan me niet eens herinneren dat ik het hier ooit gedaan heb. Ik geloof het niet. Het zit in je natuur dat dat je het eerst pitcht en dan gaat maken (...) dan dat je het maakt en dat je het dan pas gaat aanbieden. Dat heeft niet veel zin eigenlijk”.

Correspondent in Rusland (p. 99)

De uitzondering op de regel is de correspondent uit Irak. Zij maakt het verhaal eerst en vervolgens pitcht zij dit aan verschillende media. Reden hiervoor is dat de omstandigheden in Irak dusdanig anders zijn dan elders door Islamitische Staat en het gevecht tegen deze groep. De kans om een verhaal te maken nadat het is gepitcht is zeer klein omdat de omstandigheden steeds veranderen.

“Dat kan niet anders want je weet hier nooit of je het verhaal ook rond krijgt. Dingen zijn soms gewoon ineens anders. (...). Maar het belangrijkste is toch wel dat je dan niet de juiste mensen kunt vinden of wat dan ook. Dus pas als je het verhaal echt hebt, en wat mij betreft is dat ook de enige manier waarop het zou kunnen, zou je moeten pitchen want een idee in je hoofd wil nog niet zeggen dat het echt zo is”.

Correspondent in Erbil (p. 179)

Geconcludeerd kan worden dat, op een uitzondering na, iedereen pitcht, waarbij het geen verschil maakt waar de correspondent gestationeerd zit of voor welk medium hij werkt. Media komen niet zelf met een voorstel naar de correspondent toe. Dit betekent dat correspondenten in een positie zitten waarbij zij niet de mogelijkheid hebben om een opdracht af te wijzen. Media kunnen dat daarentegen wel doen. Dit gebeurt dan ook regelmatig waarbij de standplaats en het medium ook geen verschil uitmaken. Hetzelfde geldt voor de correspondent in Rusland die voor de Telegraaf schrijft: “ja, want het komt vaak genoeg voor dat ze zeggen: ja sorry, we hebben er geen ruimte voor. Ja of ze vinden het niet heel interessant” (correspondent in Moskou, p. 99).

De media bepalen dus waarover bericht wordt en welke onderwerpen het nieuws niet halen. Opdrachtgevers hebben een voordeligere positie ten opzichte van de correspondent. De laatste moet er dus voor zorgen dat het voorgestelde verhaal interessant genoeg is om aan te kopen. Daarom gaan correspondenten vaak commerciëler te werk. Zij bedenken op voorhand welk verhaal bij welk medium past en pitchen dus gericht om zo zekerder te zijn van inkomsten:

“Ik probeer wel heel goed te bedenken of het verhaal dat ik voorstel goed genoeg past bij het medium waar ik pitch en dan moet je dus ook heel goed kunnen uitleggen van: waarom is het verhaal dan voor jullie lezers of kijkers of luisteraars interessant, waarom is dit de moeite waard? Het is toch gewoon wel zo dat als ze het niet willen, dan willen ze het niet. Je krijgt gewoon heel vaak te horen van nee”.

Correspondent in Nairobi (p. 51)

Nederlandse media vinden dat buitenlandnieuws een bepaalde link moet hebben met Nederland omdat het nieuws zonder deze link niet, of minder relevant zou zijn voor het Nederlandse publiek.

Correspondenten proberen daar dan ook op in te spelen omdat zij anders minder verhalen verkopen en daardoor inkomsten mislopen: “Vorig jaar heb ik ook best wel veel geschreven over de bloemenindustrie. Nou dat vind ik ook niet super-boeiend maar ja, het verdient wel goed en de bloemenindustrie is heel groot en er is een grote link met Nederland, dus dat maakte het voor mij makkelijk” (correspondent in Nairobi, p. 48). Bij internationale media hoeft deze link er niet te zijn: “Bij Deutsche Welle kan ik echt heel veel kwijt en dan is het niet van: oh wat is de link met Duitsland ofzo” (correspondent in Madrid, p. 12). Dit maakt het voor correspondenten makkelijker om verhalen die verkocht zijn aan een Nederlands medium door te verkopen aan een internationaal medium.

Wanneer een verhaal geaccepteerd is door een redactie van een medium wordt er een bedrag of tarief vastgesteld wat de correspondent betaald krijgt. Soms is dit een vastgesteld tarief. De tarieven zijn tegenwoordig lager dan ooit: “Neem je klussen aan van waar ze tien cent per woord bieden. Dat is natuurlijk een belachelijk tarief. Maar daar praat je tegenwoordig over” (correspondent in Rio de Janeiro, p. 64). Hierdoor wordt de correspondent in een positie gebracht waarbij hij moet

onderhandelen voor een hoger salaris: “Je merkt ook gewoon dat er minder budget is. Ik heb een keer flink moeten onderhandelen voor een stuk. Die mensen wilden mij 50 euro betalen voor een stuk en toen dacht ik ja... Daar heb ik dan ongelooflijk mee omhoog moeten onderhandelen naar 80 en dat is echt eigenlijk dat je denkt, dat is waanzin om voor 80 euro te werken, dat je dat maar doet” (correspondent in New York, p. 110).

Naast dat de tarieven tegenwoordig een stuk lager liggen dan vroeger, is er over het algemeen minder budget voor buitenlands nieuws. Redacties hebben moeten snijden in budgetten om te overleven. Correspondenten merken deze krimpende budgetten ook in hun werk. Zij kunnen minder vaak op reportage: “Er dient zich minder gelegenheid voor uitgebreide reportages, dus die maak je eigenlijk niet meer om de simpele reden dat niemand die kan betalen” (correspondent in Ouagadougou, p. 188). Reiskosten worden minder vaak vergoed: “Je merkt wel dat er steeds minder vergoedingen zijn of kleiner worden en dat reiskostenvergoedingen, dat is echt iets dat alleen maar vaste correspondenten eigenlijk hebben” (correspondent in New York, p. 110). Er wordt kritischer gekeken naar de voorgestelde verhalen: “Ze kijken natuurlijk wel wat kritischer naar wat nemen we wel en wat nemen we niet mee. (...) En ja, dat heeft natuurlijk allemaal te maken met de financiële positie van de dagbladen” (correspondent in Beijing, p. 152).

Op één correspondent na, schrijft geen van de correspondenten voor de Volkskrant of het NRC. De correspondent in New York is niet de vaste freelance correspondent van het NRC maar de onofficiële correspondent in New York, zoals hij zelf zegt (p. 108). Terwijl alle correspondenten, inclusief de correspondent in New York, het moeten stellen met minder budget van hun opdrachtgevers, stellen zij allen dat zowel de Volkskrant als het NRC juist wel budget hebben voor de buitenlandredactie en verhalen waarvoor gereisd moet worden:

“Kijk als je voor de Volkskrant of NRC werkt met name, Trouw ook, dan is dat wat minder. Dat zijn kranten die gewoon echt puur in het buitenland geïnteresseerd zijn, die ook gewoon echt een grote buitenlandredactie hebben, die daar gewoon veel geld aan uitgeven, die ook vaste correspondenten hebben, die ook net als ik destijds 2 a 3 keer per week een stuk leveren. Die vliegen de hele Sovjet Unie door. Daar is niks te gek, financieel gezien. Dat kan allemaal”.

Correspondent in Moskou (p. 97)

4.2.2 Verhalen maken

Werknemers in vaste dienst bij een bedrijf zijn afhankelijk van dat bedrijf voor hun inkomen. Wanneer de werknemer ziek is of op vakantie wil, wordt hij normaliter doorbetaald. Bij zelfstandigen is dat anders. Zij staan er vaak alleen voor en zijn de eindverantwoordelijke hun eigen onderneming. Het freelance bestaan is als het hebben van een eigen onderneming hij zorgt voor het inkomen en het draaiende houden van de werkzaamheden:

“Als freelancer ben je natuurlijk altijd aan de slag eigenlijk hè? Je hebt natuurlijk geen tijd om ziek te zijn. Je hebt geen tijd voor vakantie. Ik chargeer een beetje maar het is natuurlijk wel zo dat je continu bezig bent met werk. Dat is niet alleen om rond te komen maar ook om je hele toko draaiende te houden”.

Correspondent in Beijing (p. 151)

De correspondent zorgt zelf voor het binnenhalen van opdrachten en de uitvoering ervan. Hij moet zelfstandig werken en initiatief nemen. Hij is degene die met voorstellen komt en verhalen gaat maken als hij een toezegging krijgt van een medium. De uitvoering van het werk hangt sterk samen met de juiste informatie vergaren. Hiervoor is het hebben van een netwerk van belang. Een correspondent is afhankelijk van zijn netwerk in het land voor het verkrijgen van informatie en bronnen en dat is een voordeel ten opzichte van journalisten die het land slechts bezoeken om een verhaal te maken:

“Zonder een netwerk kun je helemaal niets, ja misschien wel wat oppervlakkige verhalen maken maar voor ieder verhaal wil je toch weer iemand anders spreken en die vind je alleen maar door in je netwerk te zoeken naar de juiste personen (...). Niet iedereen heeft de kennis die je nodig hebt, dus ja, dat netwerk is enorm belangrijk”.

Correspondent in Erbil (p. 180)

Het opbouwen van het netwerk verloopt in de landen vrijwel hetzelfde. De meeste correspondenten geven aan dat de opbouw ervan op drie manieren gebeurt. Ten eerste bezoeken veel correspondenten borrels, lezingen, congressen en andere bijeenkomsten waarbij zij contacten kunnen opdoen:

“[In Colombia] zijn veel ngo’s die ontzettend veel seminars organiseren. Dus ik heb me daar helemaal ingestort en binnen de kortste keren had ik een enorm netwerk. (...) De overheid is ook wel actief op het gebied van perscontacten organiseren, veel persconferenties en daar ging ik ook vaak wel heen, al wist ik daar dat ik dat ik niks kon verkopen aan Nederland. Gewoon voor de contacten”.

Correspondent in Rio de Janeiro (p. 72)

Ten tweede bereiden correspondenten hun netwerk uit via hun al bestaande netwerk. Dit wordt ook wel de sneeuwbalmethode genoemd. Hierbij leren correspondenten kennen via anderen: “In het begin kom je met die vijf personen die je al kent en die stellen je dan voor aan iemand nieuws, en die stelt je dan voor aan iemand nieuws” (correspondent in Rabat, p. 8). De kans is wel dat er ook weer mensen uit het netwerk wegvallen. Een netwerk is niet vast omdat mensen verhuizen, ander werk gaan doen of gewoon geen contact meer hebben:

“Je netwerk is dus fluïde, het verandert. Er komen mensen bij er gaan mensen af. En er zitten een aantal vaste punten in, vaste pilaren, iemand in Dakar, iemand in Conakry, iemand in Abidjan, iemand in Bamako en dat zijn dan de blijvers. die gaan dan ook gewoon niet weg omdat zij zichzelf gecommitteerd hebben aan het land, ze komen er vandaan en ze zien geen enkele reden om ergens anders te gaan zitten”.

Correspondent in Ouagadougou (p. 192)

De derde manier voor het opbouwen van het netwerk is relatief nieuw: sociale media. Twitter, Facebook en LinkedIn spelen daar een belangrijke rol in. Deze media worden ingezet voor het zoeken naar nieuwe contacten als bijvoorbeeld fixers, mensen die dingen regelen in een land voor de correspondent, of mensen voor interviews. Het is makkelijk contact leggen doordat je gewoon een berichtje kan sturen:

“Als je ziet wat voor mensen je kunt vinden via Twitter, Facebook en LinkedIn. Dat heeft heel veel voor mij betekent. Ook bijvoorbeeld LinkedIn, ik denk dat LinkedIn heel lang toch een beetje onderschat is maar ik heb daar bijvoorbeeld mijn fixer gevonden in Bangkok en zij is de beste fixer die ik mij kan wensen. we werken al drie jaar samen”.

Correspondent in Phnom Penh (p. 36)

Daarnaast worden social media ook ingezet om berichten en nieuws te delen en nieuws te zoeken. De correspondenten zijn hierbij afhankelijk van hun online netwerk omdat zij daaruit hun nieuws en informatie voor verhalen kunnen halen: “Aan de ene kant is het natuurlijk zenden, aan de andere kant is het natuurlijk ook zoeken naar informatie. Dus op Twitter is het, (...) zeker als er iets heel actueels is, kijken van oké wie spreekt erover en wat voor links sturen zij mee, wat voor verhalen kun je daarover lezen?” (correspondent in Mexico Stad, p. 143).

4.2.3 Breed inzetten

De meeste correspondenten zijn ervan overtuigd dat specialiseren als freelance correspondent zijnde geen rendabele zet is. Je zou jezelf beperkingen opleggen omdat de markt krap is en de media in een betere positie zitten dan de correspondent. De opdrachtgevers bepaalt immers wat wel en niet gepubliceerd wordt. Daarom moet de correspondent zo breed mogelijk werken binnen zijn land en bereid zijn om over allerlei verschillende onderwerpen te schrijven:

“Ik schrijf veel verhalen voor Economie, Sport en Cultuur. Dan kun je gewoon veel meer kwijt want als je twee verhalen per maand voor Buitenland schrijft dan zegt Buitenland bij het derde verhaal van nou dat is wel even genoeg over Zuid-Afrika. Als ik dat verhaal aanbied bij Economie en die hebben nog geen verhaal gehad over Zuid-Afrika, die denken dan: oh ja leuk

doe maar. Zo gaat het bij Sport ook. Ik loop altijd in een soort van cyclus die redacties af”.

Correspondent in Johannesburg (p. 166)

Daarnaast wordt gezegd dat het land waarin de correspondent werkt eigenlijk al een niche of specialisatie is omdat de correspondent in een land zit om over een land bericht te geven. De correspondent is de persoon met de meeste kennis over het gebied doordat hij daar woont en zich verdiept heeft in de werking van het gebied:

“Je zit hier in je eentje en je neemt Rusland in je portefeuille, wat het grootste land ter wereld is, waar onnoemelijk veel gebeurt. (...) Dus je moet het wel een beetje bijhouden. Je kunt je niet specialiseren op één thema, op politiek op sport of op kunst. Nee je moet alles doen, dus je moet van alles een beetje op de hoogte zijn en als je er toch over moet schrijven, weten waar je informatie moet halen. Als je dat dan weet, dan ben je al een stuk verder natuurlijk”.

Correspondent in Moskou (p. 94)

Daarnaast gaat dit ook om een zakelijk aspect. Jezelf begeven in een niche, anders dan het land waarin je werkt, zorgt ervoor dat je veel verhalen niet kunt maken en dus inkomsten misloopt omdat een medium niet steeds dezelfde onderwerpen wilt aankaarten: “Het is ook een beetje een business overweging. (...) Vorig jaar dacht ik Oost-Afrika is mijn focus en dat is dan dus mijn specialisme, als ik het zo even kan zeggen, en maar ik ga niet daar binnen nog heel veel moeilijke of duidelijke keuzes maken” (correspondent in Nairobi, p. 48).

Onder breed werken valt ook geografisch breder werken. De meeste correspondenten zijn werkzaam in een ruimer gebied van alleen hun standplaats. Zij doen dat om twee redenen. Allereerst is er niet genoeg interesse vanuit de Nederlandse media in de directe omgeving van de standplaats van de correspondent. Een voorbeeld hiervan is de correspondent in Phnom Penh:

“Phnom Penh is mijn standplaats en ik werk dan in Cambodja, Thailand, Vietnam, Myanmar en eventueel ook Laos. Ik merk zeker dat de belangstelling vanuit Nederland voor Thailand en Myanmar groter is dan voor Cambodja dus daar ben ik wel regelmatig mee bezig. (...) Dat geldt ook voor Vietnam”.

Correspondent in Phnom Penh (p. 34-35)

De tweede reden voor breder werken in geografische zin is dat de omliggende landen vanuit de media gezien bij het gebied van de correspondent horen. De bijbehorende landen produceren niet genoeg relevant nieuws voor Nederlandse media om een eigen correspondent te hebben. Het is voor media te duur om in ieder land een correspondent neer te zetten en het zou bijdragen aan een

nog krappere markt voor de journalisten omdat zij beperkter worden in het aantal verhalen dat zij kunnen maken en verkopen:

“Als je naar de Telegraaf kijkt, de beide Korea's horen bij mijn gebied, Japan hoort bij mijn gebied, Mongolië hoort er ook bij maar ja, daar gebeurt allemaal natuurlijk niet zoveel. Macau, Hong Kong, Taiwan, maar dat zou je onder China kunnen scharen natuurlijk. Maar goed, dat is mijn gebied. En China is de hoofdmotor van mijn werk en goed ook Korea en dan met name Noord-Korea, want daar gebeurt natuurlijk ook heel veel”.

Correspondent in Beijing (p. 148)

Bij breed werken hoort ook multimediaal werken. Door naast schrijvende journalistiek ook radiojournalistiek te bedrijven worden de kansen van de correspondent vergroot om meer te verdienen omdat er meer producten aan te bieden zijn en er dus meer afnemers bij kunnen komen. Ook biedt multimediaal werken de kans voor de correspondent om zichzelf verder te ontwikkelen omdat de meeste correspondenten voor hun huidige baan nog nooit radio hadden gemaakt:

“Ik ben eigenlijk heel breed gaan werken sinds ik hier zit want ik ben echt opgeleid als krantenjournalist dus echt schrijvend journalist in het Nederlands en ik heb zelf radio geleerd sinds ik hier zit. Ik maak nu radio. Ik werk in de ochtend onder andere op Radio 1 en die hebben op zich ook wel ruimte voor mooie achtergrond dingen die niet heel nieuwsgericht zijn. Dus daar kan ik wel vrij veel kwijt”.

Correspondent in Madrid (p. 7)

Daarnaast zijn op de meeste plekken waar de correspondenten zitten de kranten verdeeld onder de journalisten. Er kan gesproken worden van een verzadigde markt: “Je moet hier niet naar toe komen als om als freelance correspondent aan de slag te willen. De markt is echt wel heel erg vol” (correspondent in Łódź, p. 30). Dit maakt het voor correspondenten lastig om nieuwe opdrachtgevers te krijgen. Multimediaal werken zorgt ervoor dat het hoofdsalaris, wat verdiend wordt met geschreven verhalen aangevuld wordt: “De nadruk ligt wel enorm op schrijven voor Trouw. Ik ben wel echt de correspondent voor BNR, maar als je het in tijd uitdrukt dan is dat nog geen 5% van de tijd” (correspondent in Johannesburg, p. 163). Dit geldt voor de meeste correspondenten. Schrijven is het hoofdvak en radio komt daar bij.

Conclusie

De Nederlandse media markt is verzadigd. Er zijn weinig open plekken waar correspondenten aan de slag kunnen. De media hebben een voordelige positie ten opzichte van de correspondenten. Zij hebben alle touwtjes in handen omdat zij kunnen beslissen wat wel en geen nieuws wordt en met wie zij wel

en niet willen werken. Krimpende budgetten hebben ervoor gezorgd dat correspondenten commerciëler te werk moeten gaan. Zij moeten meer dan ooit onderhandelen over verhalen, tarieven en vergoedingen. Het is niet meer dan normaal dat correspondenten meer media tegelijk bedienen en multimediaal werken. Daarbij moeten zij veel initiatief tonen in het pitchen van verhaalideeën want media komen niet naar correspondenten toe met de vraag of zij verhalen willen maken. De correspondenten merken dat het medialandschap in de loop der jaren is veranderd en er meer moeite gedaan moet worden om verhalen te verkopen en te verdienen. Toch zijn zij het eens dat het ook kansen heeft gecreëerd voor ontwikkeling op het gebied van multimediaal werken. De werkstrategie is nu heel breed: ze specialiseren zich niet, ze kijken naar de omgeving buiten de standplaats en ze werken voor meerdere typen media.

4.3 Relatie

4.3.1 Loyaliteit van de Nederlandse media

Uit de interviews met de correspondenten is gebleken dat Nederlandse media zeer trouw zijn aan hun correspondenten. Wanneer andere correspondenten verhaalideeën pitchen wijzen zij die dan ook af. Andersom zorgt dit bij de correspondenten van het medium voor een zekere rust omdat zij niet bang hoeven te zijn dat iemand anders er met hun opdrachtgever vandoor gaat:

“Nederlandse media zijn eigenlijk heel trouw aan hun correspondenten dus dat betekent dat bijvoorbeeld het AD, die met Edwin Winkels werkt, die neemt niets af van iemand anders. Als ik iets ga voorstellen bij het AD dan zeggen ze: nee we werken met Edwin Winkels. (...) Toen ik Het Parool deed, was dat een heel rustig idee, want ik wist dat als iemand iets ging pitchen over Spanje dat er dan werd gezegd: nee jammer, want we werken met [correspondent in Madrid]. Dus het geeft je ook wel een soort van rust en zekerheid”.

Correspondent in Madrid (p. 12)

De loyaliteit van media aan correspondenten geldt voor alle dagbladen en alle correspondenten. Het maakt geen verschil of een correspondent op een prominente of niet-prominente plaats zit.

Een gevolg van deze loyaliteit is dat er weinig ruimte is voor nieuwe correspondenten om landelijke dagbladen als opdrachtgevers te vinden. Op haast elke plek ter wereld zit een correspondent die een landelijke krant achter zich heeft, ook al is het zo dat de correspondent weinig stukken kan verkopen. Dit maakt het ook voor gevestigde correspondenten is haast onmogelijk om nieuwe vaste opdrachtgevers te vinden:

“Ik zou niet naar Zuid-Afrika gaan als ik [een nieuwe correspondent] was, (...) omdat het hier heel erg vol zit. Ik zou niet weten hoe jij jezelf hier nog tussen zou moeten werken, want iedereen heeft zijn contract. Je kan niet voor Trouw, niet voor de Volkskrant, niet voor de

Telegraaf, niet voor NRC, niet voor de Groene Amsterdammer, niet voor Elsevier, niet voor de Correspondent, niet voor Vrij Nederland, niet voor BNR, niet voor Radio 1, niet voor het NOS Journaal en niet voor RTL. Dat zit allemaal al vol. Dus ja waar ga je dan beginnen?”

Correspondent in Johannesburg (p. 173)

Nederlandse media zullen altijd eerst bij hun eigen freelancer aankloppen als zij een verhaal willen of als zij een pitch van een andere correspondent hebben ontvangen. Correspondenten kunnen dus proberen te pitchen bij media die al bezet zijn, maar komen daar dan niet binnen. Gebleken is dat wanneer een dergelijk geval zich voordoet, het kan zijn dat het medium contact opneemt met de eigen correspondent om te controleren of die persoon eenzelfde verhaalidee heeft of om goedkeuring te vragen. Dit kan voordelig uitpakken voor degene die pitcht, maar meestal is dat niet het geval. De correspondent in Rio de Janeiro heeft een dergelijk akkevietje gehad met een correspondent van het NRC. Zijzelf werkt niet voor deze of een andere grote krant. Samen met een collega in Nederland die goede contacten heeft bij het NRC wilde zij een verhaal maken over de cacao-industrie in Colombia en dat pitchen bij het NRC:

“De redacteur [van het NRC] is kennelijk naar de correspondent [van het NRC in Zuid-Amerika] gegaan en heeft gevraagd wat zij ervan vond en toen kreeg ik een boos mailtje van de correspondent. Ik had er echt niet bij stil gestaan. Ik dacht het is een heel specialistisch verhaal over cacao. Ik maak het met iemand die al langer contacten heeft met de NRC. Ik had niet het idee dat ik onder iemands duiven aan het schieten was”.

Correspondent in Rio de Janeiro (p. 71)

4.3.2 Dienstverband

De correspondenten menen dat vaste contracten bij media zeer zeldzaam zijn. De meeste correspondenten die zij kennen, inclusief zichzelf, werken op freelance basis. Deze constructie betekent niet dat er helemaal geen contract is. Er bestaat een soort freelance contract waarin wordt opgenomen dat de freelancer niet voor een directe concurrent van het betreffende medium mag werken. Wat een directe concurrent betekent, is wat ingewikkelder :

“Ik mag alleen maar verhalen schrijven voor Trouw. Dus ik mag niks voor de Volkskrant, voor het AD of voor NRC schrijven, maar wel voor websites of tijdschriften omdat dat geen directe concurrenten zijn en daarom mag ik dus ook nog steeds invallen bij de website van NRC. Het is een beetje een suffe constructie, maar ik mag niet in de krant staan. Dus mijn stukken op de website van NRC mogen niet doorgeplaatst worden in de krant, want dan heb ik contractueel een probleem. Zolang het alleen maar op de website van NRC is en niet over Zuid-Afrika gaat is het goed”.

Correspondent in Johannesburg (p. 165)

De correspondent mag dus wel op de website van een concurrent een verhaal plaatsen, maar alleen zolang het niet over onderwerpen binnen zijn correspondentschap gaat, maar bijvoorbeeld wel over sport in Nederland. Deze contracten kunnen gezien worden als exclusiviteitscontracten. Als je voor de een werkt, werk je niet voor de ander. In bepaalde gevallen kan dat wel als zij elkaar niet als directe concurrenten zien, bijvoorbeeld het Financieel Dagblad en Trouw of het Financieel Dagblad en het AD. Zij zien elkaar niet als directe concurrenten omdat zij zich richten op een ander soort onderwerpen. Verschillende correspondenten werken in deze samenstelling:

“Ik denk dat Trouw en het FD een combinatie is die nog net door de redacties wordt geaccepteerd omdat ieder een zulk volledig ander publiek heeft, en zelfs al zijn het allebei dagbladen, geen concurrenten zijn. Dus er zijn wel meer journalisten die die combinatie hebben”.

Correspondent in Delhi (p. 132)

Naast de exclusiviteitsovereenkomst geeft een dergelijk contract geen enkele zekerheid voor de correspondent. Op de vraag of media in hun contracten afnamegaranties bieden of een bepaalde ondergrens aan maandsalaris garanderen reageerde iedereen negatief. Niemand heeft retainer: een afnamegarantie qua aantal verhalen of een bepaald bedrag wat hij standaard krijgt per maand of jaar:

“Een retainer is in feite dat je niet in vaste dienst bent, maar je hebt wel bepaalde afspraken dat je verzekerd bent van een bepaald bedrag per maand of dat je verzekerd bent van een bepaalde hoeveelheid verhalen of zoiets. Dat is bij mij in ieder geval niet zo. Ik word echt betaald per verhaal”.

Correspondent in Beijing (p. 150)

Dus er is wel een contract maar het biedt totaal geen financiële zekerheid. Het is meer dat het in het voordeel is voor de werkgevers omdat zij altijd een correspondent hebben wanneer het nodig is en tegelijkertijd die correspondent betalen naar wat zij aanleveren. Zij hebben dus geen vaste kostenpost aan de correspondent. Voor de correspondent is het contract enigszins een voordeel omdat het medium geen verhalen van anderen aanneemt. Dit zorgt voor de correspondent voor ‘vaste freelance opdrachtgevers’:

“Ik heb een aantal vaste opdrachtgevers, (...) vaste freelance opdrachtgevers dan zoals het gaat. En dat scheelt al heel veel. Trouw bijvoorbeeld, ik heb een goede relatie met Trouw waar ik

gewoon regelmatig dingen voor doe en die hebben ook, vind ik, een goede belangstelling een gezonde belangstelling voor wat hier gebeurt”.

Correspondent in Phnom Penh (p. 35)

4.3.3 Loyaliteit tussen correspondenten

Naast loyaliteit tussen medium en correspondent, bestaat er ook loyaliteit tussen correspondenten die potentieel concurrenten van elkaar zijn. Pitchen voor een ander groot medium waar een collega voor schrijft wordt niet gewaardeerd en wordt dus ook niet veel gedaan uit respect voor elkaar:

“Dat is ook een beetje gentlemen's agreement. Ja, want je hebt elkaar af en toe ook weer nodig. Het heeft geen zin en je kan af en toe wel eens een flinke discussie hebben of weet ik veel wat, maar uiteindelijk is het toch veel makkelijker om gewoon goed contact te hebben met je collega's voor de contacten”.

Correspondent in Mexico Stad (p. 144)

Correspondenten proberen over het algemeen niet bij elkaars media te pitchen. In de regel gebeurt het ook niet omdat iedereen zijn eigen opdrachtgevers al heeft. Hierdoor zitten de correspondenten ook niet in elkaars vaarwater. Iedereen kent zijn positie ten opzichte van de ander:

“Er zijn hele fijne afgebakende terreinen van wie waarvoor schrijft en dingen doet. Dus ik zal nooit wat pitchen bij het FD bijvoorbeeld of de Volkskrant of bij het AD. Ik pitch bij het NRC als ik een krant wil. Want ja weet je waarom zou ik het ook doen, ze hebben allemaal hun vaste freelancers”.

Correspondent in New York (p. 114)

4.3.4 Relatie met buitenlandse media

De relatie met buitenlandse media is over het algemeen anders dan met Nederlandse media. Internationale media zijn minder trouw aan correspondenten. Zij hebben geen exclusiviteit en gaan vooral voor wat in hun ogen het beste verhaal is:

“Die loyaliteit is er niet met dat soort media. Die gaan gewoon voor het beste verhaal. Internationale media zoals bijvoorbeeld Al Monitor en Deutsche Welle, als je dan een onderwerp hebt, dan pitch je dat en dan wordt dat al dan niet geaccepteerd en dan lever je, maar daar is verder niet heel veel contact, evaluerend of wat dan ook, dus dat is toch ook anders”.

Correspondent in Erbil (p. 178)

Het zijn dan ook voornamelijk losse klussen die correspondenten uitvoeren voor deze media. Een langdurige relatie opbouwen kan vaak niet omdat internationale media voor het beste verhaal gaan wat op dat moment aan hun aangeboden wordt en dan kijken zij niet naar wie er eerder voor hen gewerkt heeft. Correspondenten, zoals de correspondenten in Madrid, Rabat en Delhi, die met grote regelmaat verhalen voorstellen bij steeds hetzelfde internationale medium blijven wel langduriger voor dat medium werken. Zij hebben bijvoorbeeld Deutsche Welle als opdrachtgever waarvoor zij regelmatig opdrachten uitvoeren. Maar er is met dit medium geen contract dus de correspondenten hebben hierdoor nog minder garantie van afname dan bij Nederlandse media.

De andere kant van het verhaal is dat het een voordeel is voor de correspondenten dat internationale media geen loyaliteit hebben naar correspondenten. Het gebrek aan loyaliteit zorgt ervoor dat er een groter kans is voor correspondenten om verhalen te verkopen. Ze kunnen het bij zoveel media aanbieden als zij willen zonder dat er zal worden verwezen naar 'vaste freelancers' en het per direct wordt afgekeurd: "Internationaal zijn er gewoon zoveel meer opdrachtgevers. Het biedt gewoon meer kansen op het maken van verhalen en meer bronnen om inkomsten uit te halen. Alleen maar beter" (correspondent in New York, p. 110).

Conclusie

De relatie tussen Nederlandse media en 'hun correspondenten' is bijzonder. Media zijn over het algemeen zeer trouw aan hun correspondenten zonder dat zij financiële zekerheid bieden in de vorm van een contract. Wel hebben de correspondenten een freelance contract met, voornamelijk, dagbladen. Hierin is opgenomen dat correspondenten niet voor directe concurrenten mogen werken. Het contract is dus meer een exclusiviteitscontract omdat correspondenten niet verzekerd zijn van afname van verhalen en inkomen maar wel exclusief voor het medium werken. De correspondenten ondervinden hier voor- en nadelen van. Het voordeel is dat het voor de correspondent enige rust brengt dat niemand anders voor zijn medium kan schrijven. Het is een vaste freelance opdrachtgever; de media garanderen namelijk niet dat er een bepaalde hoeveelheid verhalen wordt afgenomen. Een nadeel is dat door de loyaliteit er geen ruimte is voor zowel nieuwe correspondenten als voor gevestigde correspondenten om nieuwe Nederlandse opdrachtgevers te vinden, aangezien de markt al zo verzadigd is.

Tussen correspondenten onderling bestaat er ook een vorm van loyaliteit. Zij pitchen niet voor de media waar de ander voor werkt omdat zij natuurlijk het exclusiviteitscontract hebben, maar daarnaast gaan zij vrijwillig met respect met elkaar om en is het een ongeschreven regel dat je elkaars positie respecteert en je eigen positie kent in het medialandschap. Hierdoor komt niemand in elkaars vaarwater terecht.

De relatie met internationale media is anders dan met Nederlandse media. Buitenlandse opdrachtgevers zijn niet gebonden aan vaste correspondenten. Zij kiezen het verhaal wat zij op dat moment het beste vinden. Er bestaat dus geen wederzijdse loyaliteit tussen de correspondent en het

medium. Dit biedt voor correspondenten wel de kans op meerdere opdrachtgevers omdat zij kunnen pitchen waar ze maar willen.

4.4 Prominente plaatsen

Uit de interviews is gebleken dat er een duidelijk onderscheid gemaakt kan worden in welke standplaatsen prominent zijn en welke niet. Er was al een onderscheid gemaakt door middel van de gebruikte literatuur voordat de interviews werden afgenomen. Uit de interviews blijkt dat er verschillen zitten in de belangen die Nederland heeft met het land, de vraag naar nieuws en het soort media waarvoor de correspondenten werken. De ervaringen van de correspondenten in prominente en niet-prominente plaatsen zijn dusdanig anders dat zij in aparte paragrafen besproken worden. De prominente plaatsen zijn de volgende: Moskou, Johannesburg, Erbil, Beijing, Mexico Stad, New York, Delhi en Phnom Penh.

4.4.1 Belangen van Nederland

Prominente plaatsen zullen nooit uit het nieuwsbeeld verdwijnen, menen de correspondenten omdat die plaatsen invloed hebben op hoe de wereld werkt. De correspondenten zijn zich zeer bewust van het feit dat zij op een prominente plaats zitten en waarom die plaats zo belangrijk is voor Nederland en de rest van de wereld. Het belang van Nederland heeft ten eerste te maken met de economie. Nederland heeft met de meeste gebieden handelsrelaties en daarnaast hebben grote Nederlandse bedrijven zoals Heineken en Unilever veel handel in Mexico. Landen en gebieden als Zuid-Oost Azië, India en China zijn grote opkomende economieën die invloed kunnen hebben in Nederland en vice versa: “Die interesse in India begon heel erg te groeien. Ik denk ook omdat India steeds meer van ontwikkelingsland een handelsrelatie is geworden voor Nederland, maar nog wel met heel veel onbekendheid eigenlijk” (correspondent in Delhi, p. 120).

Ten tweede heeft het belang van Nederland in prominente plaatsen te maken met de wereldpolitiek. Politieke beslissingen die gemaakt worden in Moskou en Noord-Amerika bepalen de politieke sfeer in de wereld omdat het grootmachten zijn. Ook China wordt steeds belangrijker op politiekgebied:

“De rol van China op het politieke wereldtoneel is natuurlijk ook behoorlijk toegenomen. Als je alleen maar kijkt naar Noord-Korea, daar speelt China natuurlijk een ongelooflijk belangrijke rol in die crisis. China wordt natuurlijk toch steeds meer als de tweede grootmacht tegenover Amerika gezien. Dat maakt dat het natuurlijk dat er gewoon veel vraag naar is”.

Correspondent in Beijing (p. 149)

4.4.2 Landelijke kranten

Tijdens het selecteren van respondenten is niet gelet op de link tussen het medium waarvoor zij werken en de standplaats waaruit zij werken. De interviews laten zien dat de correspondenten die

gestationeerd zijn op prominente plaatsen allen een landelijke krant als vaste freelance opdrachtgever hebben waarvoor zij met regelmaat verhalen schrijven. Deze dagbladen vormen de grootste inkomstenbron voor de correspondenten: het Algemeen Dagblad, het Financieele Dagblad, Trouw en de Telegraaf. Landelijke dagbladen hebben eigen freelancers in voor hen belangrijke gebieden zitten. Correspondenten in de niet-prominente plaatsen hebben namelijk geen landelijk dagblad als vaste freelance opdrachtgever.

4.4.3 Vraag naar nieuws

De interviews laten zien dat deze correspondenten over het algemeen een verminderde vraag naar buitenlands nieuws ervaren. Het gaat hier om dagbladen en niet om radio omdat het werk voor radio verschilt per station. BNR heeft graag hard nieuws en VPRO Bureau Buitenland doet achtergrondverhalen. Hier zit dus niet een algemene lijn in. De vraag bij Nederlandse dagbladen is in de loop der jaren afgenomen om drie redenen. De eerste reden is volgens de correspondenten dat er fysiek minder ruimte is in de krant. Veel dagbladen zijn in de afgelopen jaren van broadsheet naar tabloid formaat gegaan. Daarmee is de pagina kleiner geworden en is er simpelweg minder ruimte op papier:

“Toen ik hier kwam in 2011 was het nog een broadsheet krant en dat waren gewoon fantastische pagina's die wel veel moesten dus als ik dan op de een of andere manier maar een leuk idee uit de Antillen had, ja dat kon altijd mee. Dat kan niet meer omdat ze nu op tabloids zitten. Dus het heeft met ruimte te maken”.

Correspondent in Mexico Stad (p. 139)

Ten tweede, en dit is als eerder aangekaart als oorzaak voor veranderingen voor correspondenten, hebben financiële problemen bij mediaorganisaties voor fusies gezorgd en dat redacties het met minder budget moeten stellen. In veel organisaties is er gesneden in het budget voor buitenlands nieuws. Correspondenten hebben dit natuurlijk gemerkt in hun werk. Zij moeten het met lagere vergoedingen doen en tegelijkertijd met minder vraag naar nieuws dan voor de crisis:

“Toen ik begon, werkte ik voor de Wereldomroep, nou toen die bijna al hun budget verloren en ze moesten gaan kiezen op welke landen gaan we ons richten toen zat India daar niet bij. De hele regio Zuid-Azië is eruit gehaald. (...) Ja dus het is bij mij, de pagina's worden minder, de programma's korter en het budget iets minder”.

Correspondent in Delhi (p. 121)

De derde reden is het internet. Nieuws is beschikbaar op alle tijden van de dag en kan overal gelezen of bekeken worden. Redacteuren kunnen zelf op websites van andere (sociale) media op zoek gaan

naar nieuws en hebben niet per se een correspondent nodig voor nieuwsupdates. De rol van de correspondent verschuift hierdoor meer naar het brengen van achtergrond verhalen van het nieuws en de duiding ervan:

“Het heeft ook te maken met het feit dat het nieuws ook veel makkelijker beschikbaar is. Eigenlijk ben je een stuk minder afhankelijk van een correspondent. Je hebt een redacteur die op de redactie zit die de New York Times in de gaten houdt. En Twitter volgt en zelf berichten kan tikken eigenlijk over het nieuws uit Amerika. (...) De meerwaarde is geworden dat hij die hier zit verhalen kan maken die niet in Nederland te maken zijn, dus echt het bezoeken van de mensen, echt ergens iets meemaken, iets zien, iets aanraken”.

Correspondent in New York (p. 110)

Het is niet zo dat de correspondenten nog steeds een afname ervaren. De vraag naar buitenlands nieuws van Nederlandse media blijkt nu redelijk stabiel te zijn. De correspondenten geven aan dat zij vrijwel altijd werk hebben. Vergeleken met de jaren voor de crisis kunnen ze wat minder verkopen maar er is tegenwoordig wel een constante vraag. Dat is positief voor de correspondenten: “Met de krant daar schrijf ik heel veel achtergrondverhalen voor dus dat loopt eigenlijk altijd heel steady door. Dus dat is gewoon een soort van constante productie waarbij ik verhalen maak en dat zijn bijna nooit echt nieuws-gerelateerde dingen” (correspondent in Johannesburg, p. 163).

De correspondenten zijn weer positief gestemd over de vraag naar nieuws uit hun standplaats. Zij zijn ervan overtuigd dat nieuws uit hun gebieden relevant blijft. Bij sommige kranten trekt de interesse voor buitenlands nieuws ook wat meer aan. Het Financieel Dagblad is een dergelijke krant die steeds meer belangstelling toont in het buitenland en meer correspondenten contracteert. Correspondenten in Delhi, Moskou en Phnom Penh werken sinds een tijdje voor deze krant en merken op dat de vraag voor hun standplaats groter wordt:

“Ik heb een goede relatie met Trouw waar ik gewoon regelmatig dingen voor doe en die hebben ook, vind ik, (...) een gezonde belangstelling voor wat hier gebeurt. Ik werk met een aantal andere opdrachtgevers bijvoorbeeld het Financieel Dagblad. Ik merk dat die ook wel steeds meer belangstelling hebben voor wat hier gebeurt”.

Correspondent in Phnom Penh (p. 35)

4.4.4 Minder opdrachtgevers nodig

Het is gebleken dat deze groep correspondenten op prominente plaatsen minder opdrachtgevers nodig heeft om rond te kunnen komen van alleen journalistiek werk. Dit is mede doordat zij allen voor een of twee landelijke kranten werken die hun hoofdsalaris vormen: “De hoofdmoot voor mij is de Telegraaf een ja goed Elsevier, dat is natuurlijk een tijdschrift, achtergrond opinie, dus dat zijn wat

andere verhalen” (correspondent in Beijing p. 151). De meeste correspondenten werken naast de landelijke kranten ook voor radio als BNR en Radio 1 en bladen als Elsevier en Vrij Nederland. De combinatie van landelijke dagbladen, radio en maandbladen als regelmatige vaste freelance opdrachtgevers vormen het inkomen van de correspondent op prominente plaatsen.

Deze groep correspondenten heeft minder vaak losse opdrachten dan correspondenten in niet-prominente plaatsen omdat zij dit ten eerste niet per se nodig hebben om rond te komen. Ten tweede is het zo dat op prominente plaatsen meer correspondenten zitten en de markt vol zit waardoor de kans op losse opdracht ook kleiner is:

“Ik doe wel eens losse opdrachten. Wel eens. Zeg maar een verhaal in de maand ofzo. Nog niet eens waarschijnlijk. (...) Er zitten eigenlijk veel te veel correspondenten in Zuid-Afrika dan goed zou zijn en dat maakt dus dat je het heel erg van je eigen media moet hebben, want je kan niet zoveel. Er moet net iemand ziek zijn of weggaan ofzo. Het is niet dat je heel makkelijk extra opdrachten erbij kan sprokkelen”.

Correspondent in Johannesburg (p. 164)

Met werken voor internationale media geldt dit deels zo. Deze groep correspondenten werkt minder voor internationale media dan correspondenten op niet-prominente plaatsen. Maar er is wel een verdeling te zien in wie wel en wie niet voor internationale media werkt. Correspondenten die wonen in Moskou, Johannesburg, Beijing en Mexico Stad werken niet voor internationale media. Deze correspondenten hebben hun vaste opdrachtgevers in Nederland waar zij genoeg mee verdienen. De andere correspondenten in Erbil, Delhi en Phnom Penh werken wel voor internationale media omdat zij net iets minder verhalen kwijt kunnen omdat hun werkgebied minder constante nieuwswaarde heeft. Zij werken vooral voor Deutsche Welle. Nieuws uit de eerste groep standplaatsen (Moskou, Johannesburg, Beijing en Mexico Stad) heeft een hogere nieuwswaardigheid dan nieuws uit de tweede groep (Erbil, Delhi en Phnom Penh) omdat Nederland meer economische en politieke belangen heeft met die groep landen. De uitzondering op deze groepen is de correspondent in New York omdat hij niet gelieerd is aan een grote krant maar een “onofficiële correspondent” is voor het NRC waardoor hij ook voor andere dagbladen kan werken (p. 108). Hij is het meest vrij in de opdrachtgevers die hij kan bedienen.

Wel zeggen alle correspondenten dat er kansen liggen bij internationale media, ook voor degenen die nu nog niet voor internationale media werken. Het voordeel voor werken voor deze media is dat je in staat bent om voor heel veel verschillende media te werken en de hele wereld kan bedienen:

“Dat is wel iets wat ik eigenlijk zou moeten gaan doen. (...) Me meer richten op internationale media en dat is eigenlijk wel heel goed, want het punt is als jij in het Engels kunt schrijven, (...) dan kun je de hele wereld bedienen. Ik noem maar wat, een krant in Venezuela tot aan Hong

Kong, (...) als je zo iets weet te vinden dan ben je spekkoper want dan kun je overal voor werken”. *Correspondent in Moskou* (p. 98)

Conclusie

Correspondenten op prominente plaatsen blijven altijd werk houden door het belang wat Nederland heeft in deze gebieden. Dit is vooral op economisch en politiek gebied. De correspondenten hebben allemaal grote dagbladen achter zich en hoeven zich minder bezig te houden met internationale media en bijverdiensten door nevenwerkzaamheden omdat de vraag naar nieuws uit hun standplaatsen vrij constant is en daarmee ook hun inkomen. Volgens de correspondenten is de vraag naar nieuws de afgelopen jaren afgenomen door minder fysieke ruimte in de kranten, krimpende budgetten en internet. Toch trekt de vraag op het moment ook weer wat aan, vooral bij het Financieel Dagblad.

4.5 Niet-prominente plaatsen

Uit de interviews is gebleken dat de volgende standplaatsen niet-prominent zijn: Madrid, Lódz, Nairobi, Ouagadougou, Rio de Janeiro, Rabat en San Francisco. Deze constatering komt voort uit de manier waarop de correspondenten op deze plekken de vraag naar nieuws uit hun standplaats ervaren, het soort media waarvoor ze werken en hun manier van werken.

4.5.1 Vraag naar nieuws

Uit de interviews blijkt dat de correspondenten allen een verminderde vraag naar nieuws uit hun standplaats ervaren. Sinds de crisis is er gesneden in de vraag naar nieuws uit niet-prominente plaatsen en hebben kranten correspondenten en standplaatsen afgestoten die voor hen onbelangrijk waren. De correspondenten zijn wel vaak gebleven en hebben nieuwe opdrachtgevers gezocht maar de vraag naar nieuws is nog steeds niet groot:

“Laat ik eerlijk zijn, niet zoveel [vraag]. Het is niet bepaald een A-land. Het feit dat het Algemeen Dagblad zeg maar, ze hadden een heel rijk portfolio aan correspondenten en freelancers en dan hadden ze ook geen extra kosten of verplichtingen naar hen toe. Maar Polen was dus een van die landen waar ze geen correspondent meer nodig hadden, dus er is geen AD correspondent behouden en daar hebben ze ook geen behoefte aan”.

Correspondent in Lódz (p. 24)

De financiële positie is volgens deze correspondenten de belangrijkste reden voor de kleine vraag naar nieuws. Daarnaast staan niet-prominente landen niet altijd in de belangstelling bij Nederlandse media. Dit komt vooral omdat er, voor Nederland, weinig nieuwswaardige gebeurtenissen plaatsvinden. Wanneer er gebeurtenissen plaatsvinden waar Nederlandse media interesse in hebben, willen zij daar

ook veel verhalen over. Maar wanneer de gebeurtenissen na een tijd minder impact hebben of er geen nieuwe ontwikkelingen zijn, ebt de belangstelling ook weer weg:

“Ik denk dat West-Afrika wat betreft Nederlandse media agenda uit het beeld gevallen is. Eigenlijk is het al zo sinds het einde van de oorlogen in Liberia en Sierra Leone. Toen waren de kindsoldaten even een tijdje in de mode. Toen had je War Child. Sindsdien valt de belangstelling inderdaad weg”.

Correspondent in Ouagadougou (p. 185)

Nederlandse media blijven de link met Nederland belangrijk vinden om nieuws uit een land te publiceren. Er is in niet-prominente landen vaak geen directe link met Nederland, of in ieder geval geen connectie die volgens de media belangrijk is. De absentie van deze link maakt het dan ook dat het nieuws niet interessant genoeg is en er dus weinig vraag naar is:

“Niet zo heel veel hoor. Het is meer als Nederlanders hier zitten dan vinden ze het geweldig of als er iets gebeurt over iets wat echt Nederlands is, dus als de Nederlandse minister komt, als er wordt gespand over Nederlandse uitkeringen hier. Weet je, op het moment zijn er grote protesten aan de gang in het noord oosten, daar wordt eigenlijk vrij weinig aandacht aan besteed”.

Correspondent in Rabat (p. 79-80)

4.5.2 Opdrachtgevers en werkwijze

De correspondenten geven aan dat zij meer moeite moeten doen voor het verkopen van hun verhalen. Zij hebben vaak losse opdrachtgevers. Ze maken een verhaal voor de opdrachtgever maar proberen alles uit het verhaal of onderwerp te halen door het vanuit meerdere invalshoeken te laten zien, een radio-reportage erbij te maken en aan meerdere media verkopen. De correspondent in Nairobi heeft bijvoorbeeld een verhaal gemaakt over een orkest in een sloppenwijk. Zij heeft dat uitgediept en aan meerdere media verkocht:

“Dat verhaal over dat orchestra zeg maar, dat heb ik op veel plekken kunnen verkopen. Dat was mijn eerste foto essay, dus volledig op fotografie gebaseerd, plus dat ik er dus ook een radio ding van heb gemaakt. Ik heb daar dus alles uitgehaald op het vlak van verschillende vertelvormen en blijkbaar heb ik het toch zo aan de man kunnen brengen”.

Correspondent in Nairobi (p. 61)

Naast alle inhoudelijke mogelijkheden uit een verhaal of onderwerp halen, doen deze correspondenten ook aan herverkoop van verhalen. Dit wil zeggen dat eenzelfde verhaal bij media in verschillende landen aangeboden wordt. Hierbij wordt er wel opgelet dat het verhaal niet bij twee of meerdere media

in hetzelfde land verkocht wordt, zoals bijvoorbeeld De Standaard en De Tijd in België, want dat mag, net als bij Nederlandse dagbladen, contractueel meestal niet:

“Wat heel veel mensen doen, en dat doe ik ook, is een verhaal in meerdere talen verkopen. (...) Ik heb weleens een verhaal aan Juist verkocht, het maandblad van de Elsevier, en dat heb ik ook aan Al Jazeera English verkocht. En dat heb ik toen ook aan een Portugese krant verkocht die het dan weer gingen vertalen uit het Engels. En een Belgische krant. Dat kan allemaal. Kijk je kan niet eenzelfde verhaal aan twee dezelfde soort media verkopen in hetzelfde land”.

Correspondent in Madrid (p. 7)

De uitspraken van de correspondenten tonen aan dat het werken voor internationale media onvermijdelijk is. De Nederlandse markt is te klein en te verdeeld waardoor zij gedwongen worden om voor internationale media te werken. Veel correspondenten vinden het echter wel prettig om voor deze media te werken om twee redenen. Ten eerste kunnen zij er veel meer verhalen kwijt. Internationale media zijn minder geïnteresseerd in de eventuele link die het nieuws heeft met een land en ten tweede bestaat er de mogelijkheid om over meer diverse onderwerpen verhalen te maken:

“Ik werk voor Deutsche Welle dus vrij veel en Deutsche Welle heeft drie correspondenten in Spanje ofzo, maar ik heb niet het idee dat wij elkaar in de weg zitten want wij komen allemaal met andere ideeën. Nou is Deutsche Welle wel weer zo dat zij zoveel afneemt dat het eigenlijk niet heel erg uitmaakt want bij Deutsche Welle kan ik echt heel veel kwijt, en is het niet van: oh wat is de link met Nederland, ofzo”.

Correspondent in Madrid (p. 12)

In tegenstelling tot correspondenten in prominente plaatsen, voert deze groep correspondenten wel geregeld nevenwerkzaamheden uit. Dit zijn voornamelijk commerciële opdrachten zoals vertaalwerk of schrijven voor ngo's. Deze werkzaamheden zijn nodig om het inkomen aan te vullen tot een schappelijk inkomen waarvan geleefd kan worden omdat journalistiek werk alleen niet volstaat. De vraag is fluctuerend waardoor het inkomen onzeker is:

“Maar ja daarbij wel en dat is misschien wel belangrijk, is dat ik er dus af en toe ander soort werk naast doe en wel wat zo dicht mogelijk ligt bij de journalistiek. Ik kan niet rondkomen van alleen maar journalistiek werk. Dus ik doe communicatie, ik doe af en toe fotografie klussen, storytelling klussen voor ngo's, dat kan gewoon. Ik kan niet zonder”.

Correspondent in Nairobi (p. 55)

Conclusie

Geconcludeerd kan worden dat correspondenten op niet-prominente plaatsen het lastig vinden om van alleen journalistiek werk rond te komen. Een leefbaar inkomen vergaren met alleen Nederlandse media als opdrachtgevers gaat al helemaal niet omdat de markt te klein is en er geen budget is voor deze plaatsen. Hierdoor zijn de correspondenten gedwongen om creatief om te gaan met hun verhalen. Zij diepen een onderwerp uit door het multimediaal te benaderen en doen aan herverkoop van verhalen. Daarnaast is het noodzakelijk om voor internationale media te werken en eventuele nevenwerkzaamheden te verrichten die dichtbij de journalistiek liggen.

4.6 Kritiek op Nederlandse media

4.6.1 Nederlandse link

Zoals eerder is geconcludeerd is het voor Nederlandse media belangrijk om in de berichtgeving een link met Nederland te herkennen. Zonder deze link vind zij het meestal niet relevant genoeg voor het Nederlandse publiek. De correspondenten ergeren zich hier aan. Zij zijn het er absoluut niet mee eens dat nieuws alleen relevant is als Nederland op de een of andere manier een verbinding ermee heeft. Het belang van een link zou ook typisch Nederlands zijn. Internationale media zoeken hier minder naar. Een verhaal zou goed genoeg en interessant genoeg van zichzelf moeten zijn.

“Overigens vind ik dat hele gedoe met: er moet een link met Nederland inzitten, dat schijnt trouwens typisch Nederlands te zijn. Je merkt dat op andere redacties eigenlijk niet of nauwelijks. Het idee dat er een link met Nederland moet zijn vind ik eigenlijk gewoon onzin. Het verhaal staat op zichzelf of het verhaal staat niet op zichzelf. Wel een link of geen link met Nederland zou er eigenlijk niet toe moeten doen”.

Correspondent in Ouagadougou (p. 189)

4.6.2 Soort vraag vanuit Nederland

Een ander veelgenoemd kritiekpunt op Nederlandse media is de soort vraag naar nieuws. Bijna alle correspondenten merkten op dat media geneigd zijn om naar het bekende te vragen, naar beelden die al vaker in het nieuws zijn geweest. Hiermee houden zij stereotyperingen in stand die niet per se waar zijn. Correspondenten vinden dit vervelend omdat zij over andere onderwerpen willen schrijven maar die worden dikwijls minder snel geaccepteerd.

“Ik zeg dan ook meteen: het stelt gewoon niet zoveel voor. Ik kan er wel een stukje over schrijven maar zij willen er dan gelijk twee pagina's van maken met hoofddoekjesverbod en alle stereotypes uit de kast halen. Dus dat laat al zien dat als jij daar zit en niet hier, dan heb je gewoon geen idee. Iedereen denkt dat Marokkanen hier allemaal hoofddoekjes dragen en dat al die meiden uitgehuwelijkt worden”.

Correspondent in Rabat (p. 82)

Daarnaast klagen correspondenten over de beperkte berichtgeving over hun gebied. Omdat redacties vaak gebeurtenissen vanuit een bepaalde invalshoek willen laten zien, worden veel verhalen niet gemaakt of niet geplaatst terwijl die net zo, of misschien nog wel belangrijker zijn. Het zijn keuzes die door redacties gemaakt worden, die niet altijd volstaan en waardoor er een verkeerd of vertekend beeld kan ontstaan van de omstandigheden in een gebied.

“Iedereen zei van [ebola] is out of control, het kan morgen in Washington aankomen of in Londen of in Amsterdam. Zowel Senegal als Nigeria als Mali hebben op hun eigen manier met hun eigen systemen ervoor gezorgd dat de gevallen die ze hadden binnen hun grenzen werden geïsoleerd en dat de epidemie zich niet heeft uitgebreid. Ook dat is een verhaal dat nergens terug te vinden is”.

Correspondent in Ouagadougou (p. 190)

4.6.3 Onderschatte meerwaarde van de correspondent

Correspondenten hebben het idee dat zij ondergewaardeerd worden door redacties. Zij hebben het gevoel dat er niet genoeg gebruik wordt gemaakt van de kwaliteiten en kennis die zij hebben opgedaan sinds dat zij in het gebied woonachtig en werkzaam zijn. Redacties willen vaak dat correspondenten het gevoel overbrengen dat de lezer zich in het gebied begeeft terwijl de correspondent tot meer in staat zijn dan dat. Zij hebben de kennis om diepere analyses van gebeurtenissen te maken en situaties te duiden:

“Zij willen heel erg dat on the spot gevoel hebben, dat van je bent er bij en dat is voor hun de enige toegevoegde waarde eigenlijk en ik zit daar zelf een beetje mee. Ik bedoel dit is niet iets wat je aan [de krant] gaat vertellen natuurlijk [haha], maar ik zit er zelf een beetje mee omdat ik vind dat ik na acht jaar India wel meer toegevoegde waarde heb dan jou vertellen hoe het ruikt bij mij om de hoek. Ik denk dat bij analyses waar ze het soms over hebben, ik denk wel degelijk dat ik dat beter kan dan zij in Amsterdam kunnen”.

Correspondent in Delhi (p. 129)

Naast de onderwaardering blijft het ook dat correspondenten zich dermate ergeren aan de berichtgeving van journalisten die op de redactie zitten. Redacteuren schrijven vaak zelf een nieuwsbericht over het buitenland. Zij halen hun bronnen van het internet, andere media of plegen een telefoontje. De redacteuren hebben meestal geen ervaring met het land waarover zij schrijven in de zin van historische, sociale, politieke en economische context. Het is voor hen moeilijker om een situatie in de juiste context te plaatsen. Het is niet onmogelijk maar het maakt het lastiger omdat zij niet in het

land wonen en de dagelijkse situaties daar met eigen ogen mee maken. Hierdoor worden er regelmatig bericht over een gebeurtenis waarin fouten zijn opgenomen. Sociale media spelen hier een rol in:

“Het gaat heel vaak fout als mensen het vanuit Nederland doen. Dat is vanwege de doodsimpele reden dat je altijd in je hoofd moet houden dat social media een bepaalde groep mensen zijn. Simpel gezegd zijn mensen op Twitter mensen met een smartphone die genoeg geld hebben voor data en een beetje tech savvy zijn. Van de 54 miljoen mensen in Zuid-Afrika zijn er denk ik 4 miljoen op Twitter dat is echt de toplaag. Dus je krijgt de mening van de toplaag en voor mij is dat handig om dat ik hier woon en ik ken dat land dus ik kan dat wel met een korreltje zout nemen of ik kan het plaatsen in de Zuid-Afrikaanse context”.

Correspondent in Johannesburg (p. 170)

Wat volgens de correspondent tegenwoordig vaker gebeurt, is dat redacties mensen naar een gebied sturen voor een paar dagen om verslag te doen van de gebeurtenissen daar. De correspondenten vinden dit vervelend omdat deze parachute-journalisten, zoals ze genoemd worden, niet gespecialiseerd zijn in het gebied waar ze op dat moment werken. Zij kunnen zich inlezen en proberen het gebied en de cultuur te begrijpen, maar blijft de kennis die zij vergaren aan de oppervlakte waardoor zij een vertekend beeld van de situatie kunnen geven: “Dus waar ik mij wel aan erger is de mensen die even invliegen, die ook niet eens gespecialiseerd zijn in deze regio en dan een paar verhalen komen maken, ja toch dingen opschrijven die toch niet kloppen of die dingen verkeerd begrijpen. Dat vind ik wel hinderlijk” (correspondent in Erbil, p. 181-182).

Correspondenten hebben hier last van omdat zij erop aan worden gekeken als er verkeerd bericht wordt over hun gebied. De correspondenten weten hoe een land en de cultuur werken. Parachute-journalisten begrijpen maar tot een bepaald niveau hoe de situatie in een gebied in elkaar zit waardoor zij situaties niet in context plaatsen, de taal niet spreken en dus sneller fouten maken. In bepaalde situaties kan dat zeer gevaarlijk zijn:

“Het gevecht tussen de Oekraïners en de pro-Russische Oost-Oekraïners. In West-Oekraïne praten ze Oekraïens. (...) Maar in het Oosten alleen Russisch. We staan bij een blockpost, een hele gespannen situatie natuurlijk: het is oorlog, net die ramp met dat vliegtuig MH17 gebeurd (...). Zij [de ingevlogen journalisten] worden gecontroleerd met de paspoorten. Op het moment dat ze het paspoort terug krijgt, bedankt zij die rebel in het Oekraïens. Ja! Nou dat had ik dus ook, Oi! Ik zeg Karlien, niet doen! Dat is gevaarlijk hier he. (...) Maar dat betekent ook dat zij dus echt helemaal niet op de hoogte was van waar dat conflict nou om draaide eigenlijk he?”

Correspondent in Moskou (p. 95)

Conclusie

De correspondenten vinden dat hun rol ondergewaardeerd wordt door de redacties van Nederlandse media. Het is frustrerend dat hun expertise over het land en gebied waarin zij werken niet op waarde wordt geschat vinden ze. Zij hebben betere kennis en zijn beter op de hoogte van hoe een land werkt waardoor zij nieuwswaardige situaties in de juiste context kunnen plaatsen. Redacties en parachute-journalisten maken meer fouten in hun berichtgeving wat afdoet aan de kwaliteit van buitenlands nieuws.

5. Conclusie & discussie

5.1 De onderzoeksvraag, relevantie en methode

De buitenlandcorrespondent is een belangrijke speler in de beeldvorming van het buitenland. Toch staat het beroep van de correspondent onder druk. Vaste aanstellingen zijn ingewisseld voor freelancecontracten. De afgelopen jaren is er veel veranderd in de mediawereld waarin zij werkzaam zijn. Op economisch en technologisch gebied zijn er allerlei ontwikkelingen gaande die zowel een positief als een negatief effect kunnen hebben op het werk van de freelance correspondent, bijvoorbeeld krimpende budgetten, freelance contracten en de opkomst van sociale media. Veel correspondenten zijn door de slechte financiële positie waarin mediaorganisaties verkeren gedwongen om op freelance basis te werken. Tot nu toe is er beperkt onderzoek gedaan naar de invloed van veranderingen in het medialandschap op freelance correspondenten. Specifieker gezegd is er geen Nederlands onderzoek gedaan naar de invloed van de ontwikkelingen op het werk van Nederlandse freelance correspondenten. Om dit te onderzoeken is de volgende onderzoeksvraag gesteld:

RQ: Hoe geven Nederlandse freelance correspondenten invulling aan hun correspondentschap?

Het onderzoek is uitgevoerd door middel van interviews. Hieronder worden de resultaten uit de interviews samengevat.

5.2 Resultaten

De eerste deelvraag gaat over hoe de economische en technologische ontwikkelingen het werk van freelance correspondenten beïnvloed. De interviews laten zien dat er een aantal ontwikkelingen zijn die het werk zowel positief als negatief beïnvloeden. Ten eerste is er gekort op budgetten voor buitenlandredacties. Dit heeft directe invloed gehad op de correspondenten omdat het vaker voorkomt dat hun verhalen worden afgewezen door media en bijvoorbeeld reiskosten worden steeds minder vaak vergoed. Daarnaast schrijven redacties zelf nieuwsberichten en sturen vaker parachute-journalisten naar gebieden om een verhaal te maken omdat dit minder zou kosten dan een freelancer een opdracht geven. De keerzijde hiervan is dat de kwaliteit van de buitenlandjournalistiek slechter wordt. Redacties en parachute-journalisten halen informatie van sociale media en andere internet bronnen en hebben meestal niet de diepgaande kennis van de correspondenten om verhalen juist te interpreteren in de goede context te plaatsen. Wel geven sociale media de kans aan correspondenten om hun netwerk uit te breiden en inspiratie op te doen voor verhalen. Het zijn dus vooral economische ontwikkelingen die invloed hebben op het correspondentschap.

Deelvraag twee gaat over hoe een verminderde vraag naar buitenlands nieuws het werk beïnvloed van Nederlandse freelance correspondenten. In de loop der jaren hebben redacties te maken gekregen met teruglopende budgetten met als gevolg dat er gekort werd op de buitenlandredactie waardoor er

minder vraag naar buitenlands nieuws was dan voorheen. Een andere reden voor de veranderende vraag is dat dagbladen het aantal pagina's buitenlands nieuws hebben verminderd. Hierdoor is er fysiek minder ruimte in de krant en wordt er dus minder afgenomen van buitenlandcorrespondenten. Echter zit er wel een groot verschil in de vraag naar nieuws tussen prominente en niet-prominente plaatsen. Correspondenten in prominente plaatsen ervaren nog steeds een gezonde vraag naar nieuws. Zij werken allemaal voor Nederlandse dagbladen die op het moment een stabiele vraag hebben en sommige juist een aantrekkelijke interesse. In tegenstelling tot deze groep correspondenten, ervaren correspondenten op niet-prominente plaatsen nog steeds relatief weinig interesse voor nieuws uit hun gebied. Zij hebben wel grote Nederlandse kranten achter zich maar die nemen weinig nieuws af. Hierdoor werken zij noodgedwongen voor internationale media omdat daar meer kansen liggen voor het verkopen van verhalen die markt niet zo verzadigd is als de Nederlandse markt. Deze correspondenten kunnen vaak niet rondkomen van enkel journalistieke opdrachten waardoor het voor hen noodzakelijk is om ander werk erbij te doen.

Deelvraag drie kijkt naar wat verschuivingen van journalistieke waarden, rolinvulling en journalistieke routines betekenen voor de correspondenten. Ten eerste zijn de correspondenten niet heel bewust bezig met journalistieke waarden omdat zij deze waarden automatisch naleven. Daarnaast verschuiven de waarden niet omdat zij tijdloos zijn. De komst van sociale media heeft dus bijvoorbeeld niet aan bijgedragen dat de waarden anders of niet nageleefd worden. Dit geldt niet helemaal voor de positie en verantwoordelijkheid van de correspondent tegenover zijn publiek. Correspondenten zijn zich bewust van hun rol als journalist en de verantwoordelijkheid die zij hebben om het publiek adequaat te informeren over gebeurtenissen. De ondervraagden gaven aan dat zij met frustratie kijken naar redacties en parachute-journalisten die zelf verhalen maken over een bepaald gebied maar de context totaal niet meenemen in de berichtgeving. De rolinvulling is dusdanig veranderd dat de correspondent niet meer het harde nieuws brengt maar zich toelegt op achtergrond verhalen om duiding te geven aan situaties. Zij zien dat zelf ook als hun meerwaarde als correspondent omdat zij het land en de gebruiken kennen. Redacties en parachute-journalisten missen die kennis.

De handelingen die correspondenten moeten verrichten voor het maken van een verhaal zijn over het algemeen niet veranderd. Het enige waarvan zij zeggen dat wel invloed heeft, zijn sociale media. Het is door sociale media eenvoudiger om personen te vinden voor het maken van een verhaal. Dit is een positief effect van sociale media aangezien correspondenten minder handelingen uit hoeven te voeren voor de juiste contactpersoon. Daarnaast stellen de correspondenten dat de opdrachtgevers kritischer zijn geworden in het publiceren van verhalen omdat er minder geld is. Hierdoor moeten correspondenten een zo compleet mogelijke pitch voor een verhaal aanleveren zodat de opdrachtgever meteen een duidelijk beeld heeft van het verhaal. Het laatste punt waarop de werkwijze is veranderd is dat correspondenten steeds vaker alles uit een verhaal moeten halen en het op multimediale wijze moeten aanbieden. Daarbij is het voor correspondenten in niet-prominente plaatsen noodzakelijk om het verhaal aan meerdere media te verkopen.

Tot slot kijkt de vierde deelvraag naar hoe het werk van freelance correspondenten wordt beïnvloed door de toename van freelance correspondenten en de afname van correspondenten in vaste dienst. De correspondenten geven aan dat zij altijd als freelance correspondent hebben gewerkt en nooit in vaste dienst of met een afnamegarantie. De meeste collega's blijken ook freelancers te zijn. Wel is het zo dat iedereen voor zijn eigen mediumtitel werkt, wat vreemd is op het eerste gezicht, aangezien zij allemaal freelancers zijn en in principe is een freelancer een eigen ondernemer en vrij om een idee aan te bieden aan wie zij willen. Zij hebben een freelancecontract met een constructie die aan de ene kant lijkt op een vaste aanstelling maar aan de andere kant zeer vrijblijvend is. Erin is opgenomen dat een correspondent niet voor een directe concurrent mag werken. Tegelijkertijd geven media geen garanties dat zij alle verhalen die de correspondent aanbiedt ook afnemen. Het is dus een constructie die het voordeligst is voor de opdrachtgever omdat hij nergens aan vast zit en dus geen maandelijkse kosten heeft. Voor de correspondent biedt het geen zekerheid in de zin van een inkomen. Volgens de geïnterviewden is wel zo dat de media ook loyaal zijn aan de correspondent en niets afnemen van een correspondent die niet gelieerd is aan het medium. Dit is dan weer een voordeel voor de correspondent omdat hij er zeker van kan zijn dat niemand zijn potentiële inkomen inneemt. Deze constructie zorgt ervoor dat correspondenten met een goed verhaal niet naar de hoogste bieder kunnen gaan omdat het contractbreuk zou zijn.

Dit betekent dan ook dat de Nederlandse markt vaak verzadigd is aangezien iedereen zijn eigen vaste freelance opdrachtgevers heeft. Bij internationale media is het een ander verhaal. Die hebben geen exclusiviteit. Daardoor zijn zowel de media als de correspondenten vrijer om te werken met en voor wie zij willen. Die schept kansen voor het aanbieden van verhalen aan meerdere media in verschillende landen en wanneer een medium een verhaal afwijst de correspondent naar een ander medium kan gaan om het te pitchen. De loyaliteit van media en het niet individueel kunnen verkopen van stukken aan andere media leidt ertoe dat alle media bedield zijn alsof iedereen een vaste aanstelling heeft.

De onderzoeksvraag 'hoe geven Nederlandse freelance correspondenten invulling aan hun correspondentenschap?' kan beantwoord worden met de stelling dat correspondenten meer moeite moeten doen om verhalen te verkopen tegenover een lager tarief door de moeilijke financiële positie waarin mediaorganisaties verkeren. De correspondenten bevinden zich in een nadelige positie ten opzichte van de opdrachtgevers. De mediaorganisaties hebben de macht in handen wat betreft verhaalaankopen en publicaties. Een medium en de correspondent werken exclusief met elkaar waardoor andere correspondenten geen kans maken en het dus in die zin niets uitmaakt of de ene een freelancer is of niet. Voor de correspondent werkend voor het medium maakt het wel uit omdat hij nog steeds op freelance basis werkt, niet voor een directe concurrent mag werken, maar geen zekerheid heeft qua verhaalafname en inkomsten. De freelance correspondent heeft als het ware een vaste

opdrachtgever maar geen vast inkomen. De term freelancer is eigenlijk niet helemaal accuraat in dit geval.

5.3 Discussie

Vanuit de media en het publiek zou er een verminderde interesse en vraag zijn naar internationaal nieuws (Hamilton, 2010; Sambrook, 2010). Dit is deels zo gebleken. Vanuit de media is er een verminderde vraag geconstateerd maar dat zou niet zozeer met interesse te maken hebben maar meer met schaarse budgetten waardoor er gekort is op de buitenlandjournalistiek. Het is wel zo dat wanneer er belangrijke gebeurtenissen plaatsvinden als terreuraanslagen en grote natuurrampen, is er juist wel een grote vraag is zoals Sambrook (2010) beweert. Vooral correspondenten in niet-prominente plaatsen beamen dit. Doorgaans hebben zij een kleine vraag naar nieuws maar tijdens speciale gebeurtenissen schiet de belangstelling omhoog. Dit heeft te maken met de impact van gebeurtenissen (Harcup & O'Neill, 2016). Wel is het zo dat de vraag op het moment stabiel is en juist bij sommige media weer wat aantrekt zeggen de correspondenten. Dat komt nergens in onderzoeken terug. Volgens Westerstahl & Johansson (1994) zijn commerciële belangen van grote invloed op de nieuwsselectie. Het is te verwachten dat dit laatste kenmerk een steeds grotere rol is gaan spelen aangezien er bij mediaorganisaties bezuinigd wordt op de buitenlandredactie (Edstrom & Ladendorff, 2012; Hannerz, 2004; Utley, 1997). Dit wordt in deze studie zeker bevestigd. Mediaorganisaties richten zich meer op eigen commerciële belangen en laten daardoor vaker verhalen die volgens hen niet interessant genoeg zijn schieten. Hierdoor wordt de correspondent ook commerciël in zijn handelen. De correspondent zou volgens Hamilton (2010) en Livingston & Asmolov (2012) fungeren als een belangrijke gatekeeper in de stroom en vorming van internationaal nieuws. Dus wanneer een correspondent een verhaal niet maakt, wordt dat verhaal geen nieuws. Zij bepaalt dus in zeker mate wat nieuws wordt (Roberts & Bantimaroudis, 1997). Dit is echter deels zo aangezien de macht bij de media ligt en die uiteindelijk bepalen wat wel of niet gepubliceerd wordt. De correspondent is de eerste schakel in het maken van een verhaal maar heeft niet het laatste woord in wat echt in de media komt. Zij zijn als het ware deel een van het gatekeepersproces en de mediaorganisatie deel twee en daarmee de uiteindelijke beslisser.

De combinatie journalistieke waarden en freelance correspondenten is zelden het middelpunt van onderzoek geweest. Studies zijn vaak gericht op oorlogscorrespondenten. De situatie voor hen is anders dan voor de gewone correspondent. Ook zou het voor gewone correspondenten lastiger kunnen zijn om tot harde feiten te komen en los van de autoriteiten verslag te doen wanneer zij gestationeerd zijn in een land waar zij de taal niet spreken en het minder goed gesteld is met de persvrijheid (Palmer & Fontan, 2007; Boudana, 2012). Dit is niet zo gebleken. De correspondenten spreken de taal van het land waarin zij werken omdat deze correspondenten vinden dat dit een van de voorwaarden is waaraan zij moeten voldoen. Daarnaast hebben de correspondenten geen last van eventuele beperkte persvrijheid in het land. Zij stellen dat de persvrijheid alleen hinderlijk is voor lokale journalisten die

gelieerd zijn aan lokale media. Ook proberen zij juist de journalistieke waarden na te leven omdat zij veel fouten opmerken in de berichtgeving gedaan door redacties of parachute-journalisten. De waarden naleven in het buitenland is een van de kwaliteiten van correspondenten die redacties en parachute-journalisten juist niet hebben. Witschge & Nygren (2009) menen dat er een trend gaande is waarin de professionaliteit binnen de journalistiek samengaat met druk vanuit de markt. Volgens Davies (2008) slinkt ook het *first-hand reporting* en wordt dit vervangen door zoals Atkins (2011) het noemt *churnalism*: het overnemen van persberichten maar presenteren als journalistiekwerk. Dit vergt veel van de kwaliteit van het nieuws (Hamilton 2010; Vasterman 2015). Redacties kopiëren, plakken en bewerken berichten zonder enige context van het gebeurtenissen in acht te houden waardoor er fouten ontstaan. Correspondenten hekelen *churnalism* en wordt door hen niet gedaan. Zij voelen zich juist verantwoordelijk om op een correcte wijze bericht te geven en zich daarmee te onderscheiden van redacties en parachute-journalisten. Daarmee tonen zij hun meerwaarde als correspondent aan.

Brown (2010) meent dat het richten op een niche een voordeel is voor de journalist. De journalist kan optreden als expert op een bepaald gebied (Sambrook, 2010). Het vinden van een niche is echter nog niet zo makkelijk. Vaak lopen journalisten per toeval tegen een niche aan (Archetti, 2012). Freelance correspondenten moeten zich juist niet toeleggen op een specialisatie. Het is zo dat correspondenten al een niche hebben, namelijk het gebied waarin zij werkzaam zijn. Zij kennen de historie, het heden, de cultuur, politieke omstandigheden en de hele werking van een land. Een niche binnen een land verkleint in dit geval de kans op opdrachten omdat de vraag al minder is dan voorheen en omdat de correspondent zichzelf enige beperking oplegt waarover hij kan schrijven. Freelance correspondenten moeten juist zo breed mogelijk werken, ook in de regio. Hamilton & Jenner (2010) stellen dat multimediaal werken een voordeel oplevert voor de correspondent omdat hij breder inzetbaar is. Deze studie beaamt dat. De correspondenten werken multimediaal en hebben daardoor meer opdrachten.

Er wordt meer en meer gebruik gemaakt van freelancers omdat ze goedkoper en flexibeler kunnen zijn. Vaak verwachten media dat zij allround journalisten zijn en dus veel verschillende werkzaamheden kunnen verrichten (Nies & Pedersini 2003; Hermans, Vergeer & Pleijter 2011). Dit is zo gebleken want correspondenten werken tegenwoordig bijna allemaal multimediaal. In 2002 werkte volgens Deuze (2002) 53 procent van de Nederlandse buitenlandcorrespondent op freelance basis en 47 procent in vaste dienst. Deze verhouding is niet actueel meer. Geen een van de correspondenten kent een collega met een vast contract. Bardoel & Wijfjes (2015) beweren dat concurrentie mede hierdoor toeneemt tussen correspondenten. Dit is ook niet wat de correspondenten ervaren aangezien alle media onder de correspondenten verdeeld zijn en iedereen zijn positie ten opzichte van de ander kent. Zij merken wel op dat er op de Nederlandse markt daardoor geen kansen meer liggen voor nieuwe opdrachtgevers waardoor zij ook gaan richten op internationale media omdat die niet zo strak verdeeld zijn onder correspondenten.

Tot slot beweren Archetti (2013) en Hamilton (2009) dat social media en burgerjournalisten een grote rol spelen in het journalistieke veld. Burgerjournalisten zouden het werk van de correspondent overnemen. Dit onderzoek laat zien dat dit niet het geval is. De geïnterviewde Nederlandse freelance correspondenten ervaren geen hinder van burgerjournalisten en sociale media. Burgerjournalisten zijn vooral actief voor eigen media maar dragen niet bij aan buitenlands nieuws. Sociale media hebben twee kanten. Aan de ene kant zijn het stoorzenders omdat er alles op geplaatst kan worden en redacties vaak niet het vermogen hebben om het juiste van het verkeerde te onderscheiden. Correspondenten hebben dit vermogen wel en kunnen sociale media in hun voordeel gebruiken.

5.4 Beperkingen en vervolgonderzoek

Dit onderzoek geeft inzicht in de manier waarop Nederlandse freelance correspondenten invulling geven aan hun professie in tijden waarin de mediawereld zichzelf aan het heruitvinden is.

Tegelijkertijd leidt deze studie weer tot nieuwe vragen. Allereerst roept het de vraag op wat precies prominente en niet-prominente plaatsen zijn. Het onderscheid dat is gemaakt in hoofdstuk vier komt voort uit de antwoorden van de gehouden interviews. Deze verdeling is gebaseerd op de media waarvoor de correspondenten werken en hoe zij te werk gaan. Het is echter wel een andere verdeling dan het klassieke onderscheid waarbij plaatsen als bijvoorbeeld India, China en Zuidoost Azië niet tot prominente plaatsen behoren. De vraag is dan ook hoe komt een dergelijke verdeling tot stand en welke landen vallen dan binnen welke categorie?

Daarnaast kijkt deze studie slechts naar Nederlandse freelance correspondenten. Voor deze studie was dit een bewuste keuze omdat er geen recent onderzoek is gedaan naar deze groep journalisten. Voor een vervolgonderzoek zou er gekeken kunnen worden naar grotere landen als Frankrijk en Duitsland omdat er in deze grote landen meer mediaorganisaties zijn en zij ook meer correspondenten hebben dan een klein land als Nederland. Daarbij komt ook dat het onbekend is of media in deze landen net zo loyaal zijn aan hun correspondenten als Nederlandse media en of deze buitenlandse media vaak gebruik maken van correspondenten uit andere landen aangezien veel ondervraagde correspondenten in deze studie voor bijvoorbeeld Deutsche Welle werken. Het zou dus een verrijking zijn om te onderzoeken hoe freelance correspondenten uit landen als Groot-Brittannië, Duitsland of Frankrijk te werk gaan.

Een derde beperking van deze studie is dat er vanuit slechts één kant onderzoek wordt gedaan. Dus alleen vanuit de correspondenten. Het zou interessant zijn om deze studie uit te breiden met de inzichten van mediaorganisaties waarvoor de correspondenten werkzaam zijn en dan de resultaten met elkaar te vergelijken. Hierdoor ontstaat er een beeld van hoe beide partijen naar elkaar kijken en of zij op een lijn zitten of juist niet. Nu is naar voren gekomen dat freelance correspondenten de loyaliteit van hun opdrachtgevers over het algemeen als prettig ervaren maar dat er ook nadelen aanzitten zoals een krappe markt en de inzet van parachute-journalisten die potentiële opdrachten wegnemen. De vraag is dan ook hoe ervaren media de relatie met hun werknemers en wat voor voordeel levert het

voor hen op. Dit zijn vragen waarover in deze studie gespeculeerd kan worden maar in een vervolgonderzoek zou deze kant van het verhaal centraal kunnen staan om zo een completer beeld te schetsen van de situatie in het Nederlandse medialandschap.

Literatuurlijst

- Archettie, C. (2012). Which future for foreign correspondence? *Journalism Studies*, 13, 847-856. DOI: 10.1080/1461670X.2012.664352
- Archettie, C. (2013). Journalism in the age of global media: the evolving practices of foreign correspondents in London. *Journalism*, 14, 419-436. DOI: 10.1177/1464884912472140
- Archettie, C. (2014). Journalism in the city. *Journalism Studies*, 15, 586-595. DOI: 10.1080/1461670X.2014.894354
- Atkins, C. (2011, 23 februari). Churnalism: when press releases masquerade as news stories. *The Guardian*. Geraadpleegd op <http://www.guardian.co.uk/media/video/2011/feb/23/churnalismpress-releases-news-video>
- Baarda, B., Bakker, E., Fischer, T., Julsing, M., De Goede, M., Peters, V., & Van der Velden, T. (2013). *Basisboek kwalitatief onderzoek. Handleiding voor het opzetten en uitvoeren van kwalitatief onderzoek*. Groningen, Houten: Noordhoff Uitgevers.
- Balmas, M. (2014). When fake news becomes real. *Communication Research*, 41, 430-454. DOI:10.1177/0093650212453600
- Bardoel, J., & Wijfjes, H. (2015). Journalistieke cultuur in Nederland. Een professie tussen traditie en toekomst. In J. Bardoel en H. Wijfjes (Red.), *Journalistieke Cultuur in Nederland* (pp. 11-29). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Boeije, H.R. (2005). *Analyseren in kwalitatief onderzoek*. Amsterdam: Boom Onderwijs.
- Boeije, H.R. (2010). *Analysis in qualitative research*. Londen: Sage Publications Ltd.
- Boeije, H.R. (2014). *Analyseren in kwalitatief onderzoek. Denken en doen*. Den Haag: Boom Lemma Uitgevers.
- Boudana, S. (2010). On the values guiding the French practice of journalism: interviews with thirteen war correspondents. *Journalism*, 11, 293-310. DOI: 10.1177/1464884909360921
- Boyd-Barrett, O. (2003). Globalizing the national news agency. *Journalism Studies*, 4, 371-385. DOI: 10.1080/1461670032000099723
- Boyd-Barrett, O., & Rantanen, T. (2000). European national news agencies. The end of an era or a new beginning? *Journalism*, 1, 86-105. DOI: 10.1177/146488490000100114
- Boyd-Barrett, O., & Rantanen, T. (2004). News Agencies as news sources. In C. Paterson en A. Sreberny (Red.), *International News in the 21st Century* (pp. 31-45). Luton: John Libbey/University of Luton Press.
- Brodsky, E. (2008). Negative case analysis. In L. Given (Red.), *The sage encyclopedia of qualitative research methods* (pp. 552). Londen: Sage Publications Ltd.
- Brown, M. (2010). Why freelancing is now a dead loss. *British Journal Review*, 21, 61-65. DOI: 10.1177/0956474810365402

- Bruning, T. (2014, 4 december). Journalist is een open beroep en dat moet zo blijven [blog artikel]. Geraadpleegd op <https://www.nvj.nl/nieuws/%E2%80%98journalistiek-open-beroep-en-moet-zo-blijven%E2%80%99>
- Cassidy, W.P. (2005). Variations on a theme: the professional role conceptions of print and online newspaper journalists. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 82, 264-280. DOI: 10.1177/107769900508200203
- Costera Meijer, I., & Groot Kormelink, T. (2014). Tailor-made news. *Journalism Studies*, 15, 632-641. DOI: 10.1080/1461670X.2014.894367
- Costera Meijer, I., & Groot Kormelink, T. (2015). Clicken, checken, delen, snacken en linken. In J. Bardoel en H. Wijfjes (Red.), *Journalistieke Cultuur in Nederland* (pp. 289-308). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Croteau, D., & Hoynes, W. (2014). *Media/society. Industries, images and audiences*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications Inc.
- Davies, N. (2008). *Flat Earth News*. London: Chatto and Windus.
- De Buitenlandredactie (2014). Wie zit waar? [webpagina]. Geraadpleegd op: <http://debuitenlandredactie.nl/correspondentenkaart/>
- Deuze, M. (2002). National news cultures: a comparison of Dutch, German, British, Australian and U.S. journalists. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 79, 134-149. DOI: 10.1177/107769900207900110
- Deuze, M. (2005). What is journalism? *Journalism*, 6, 442-464. DOI: 10.1177/1464884905056815
- Deuze, M. (2009). Media industries, work and life. *European Journal of Communication*, 24, 467-480. DOI: 10.1177/0267323109345523
- Deuze, M., & Dimoudi, C. (2002). Online journalists in the Netherlands. *Journalism*, 3, 85-100. DOI: 10.1177/146488490200300103
- Deuze, M., & Witschge, T. (2017). Beyond journalism: theorizing the transformation of journalism. *Journalism*, n.b., 1-17. DOI: 10.1177/1464884916688550
- DiCicco-Bloom, B., & Crabtree, B.F. (2006). The qualitative research interview. *Medical Education*, 40, 314-321. DOI: 10.1111/j.1365-2929.2006.02418.x
- Drok, N. (2015). Terug naar het publiek. Civiele journalistiek en de netwerksamenleving. In J. Bardoel en H. Wijfjes (Red.), *Journalistieke Cultuur in Nederland* (pp. 255-270). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Dvorak, P. (2016, 22 november). Fake news vs. real reporters. *Telegram & Gazette*. Geraadpleegd op <https://search.proquest.com/docview/1841984713?accountid=13598>
- Edstrom, M., & Ladendorf, M. (2012). Freelance journalists as a flexible workforce in media industries. *Journalism Practice*, 6, 711-721, DOI: 10.1080/17512786.2012.667275

- El-Nawawy, M., & Kelly, J.D. (2001). Between the government and the press. The role of western correspondents and government public relations in Middle East coverage. *Press/Politics*, 6, 90-109. DOI: 10.1177/108118001129172242
- Evers, J.C. (red.) (2007). *Kwalitatief interviewen: kunst én kunde*. Den Haag: Lemma.
- Galtung, J., & Ruge, M.H. (1965). The structure of foreign news. *Journal of Peace Research*, 2, 64-91. Geraadpleegd op: <http://www.jstor.org/stable/423011>
- Genootschap van hoofdredacteurs (2016, 22 juni). Code voor de journalistiek [webpagina]. Geraadpleegd op <http://genootschapvanhoofdredacteurs.nl/code-voor-de-journalistiek/>
- Gilbert, N. (2008). *Researching social life*. Londen: Sage Publications Ltd.
- Hamilton, J.M. (2009). *Journalism's roving eye: a history of American newsgathering abroad*. Louisiana: Louisiana State University Press.
- Hamilton, J.M., & Jenner, E. (2004). Redefining foreign correspondence. *Journalism*, 5, 301-321. DOI: 10.1177/1464884904044938
- Hamilton, J.M., & Lawrence, R.G. (2010). Foreign correspondence. *Journalism Studies*, 11, 630-633. DOI: 10.1080/1461670X.2010.502787
- Hamilton, J. T. (2010). The (many) markets for international news. *Journalism Studies*, 11, 650-666. DOI: 10.1080/1461670X.2010.502789
- Hanitzsch, T., Anikina, M., Berganza, R., Cangoz, I., Coman, M., Hamada, B., ... Yuen, K.W. (2010). Modeling perceived influences on journalism: evidence from a cross-national survey of journalists. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 87, 5-22. DOI: 10.1177/107769901008700101
- Hannerz, U. (2004). *Foreign news: exploring the world of foreign correspondents*. Chicago, IL: Chicago University Press.
- Hannerz, U. (2007). Foreign correspondents and the varieties of cosmopolitanism. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 33, 299-311. DOI: 10.1080/13691830601154260
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2001). What is news? Galtung and Ruge revisited. *Journalism Studies*, 2, 261-280. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/14616700118449>
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2016). What is news? *Journalism Studies*, 0, 1-19. DOI: 10.1080/1461670X.2016.1150193
- Hayes, A.S., Singer, J.B., & Ceppos, J. (2007). Shifting roles, enduring values: the credible journalist in a digital age. *Journal of Mass Ethics*, 22, 262-279. DOI: 10.1080/08900520701583545
- Heinrich, A. (2012). Foreign reporting in the sphere of network journalism. *Journalism Practice*, 6, 766-775. DOI: 10.1080/17512786.2012.667280
- Hermans, L., Vergeer, M., & Pleijter, A. (2011). *Nederlandse journalisten in 2010*. [Onderzoeksrapport]. Geraadpleegd op <http://www.rug.nl/research/portal/publications/nederlandse-journalisten-in-2010-onderzoek->

- naar-de-kenmerken-van-de-beroepsgroep-professionele-opvattingen-en-het-gebruik-van-digitale-media-in-het-journalistieke-werk(f952f549-99d5-43a3-ac28-3b89620140dc).html
- Hermanowicz, J.C. (2002). The great interview: 25 strategies for studying people in bed. *Qualitative Sociology*, 25, 479-499. DOI: 10.1023/A:1021062932081
- Hess, S. (1996). *International news and foreign correspondence*. Washington D.C.: The Brooking Institution.
- Holton, A.E., Coddington, M., & Gil de Zúñiga, H. (2013). Whose news? Whose values? *Journalism Practice*, 7, 720-737. DOI: 10.1080/17512786.2013.766062
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: where old and new media collide*. New York: New York University Press.
- Karlsson, M. (2011). The immediacy of online news, the visibility of journalistic processes and a restructuring of journalistic authority. *Journalism*, 12, 279-295. DOI: 10.1177/1464884910388223
- Keith, S. (2011). Shifting circles: reconceptualizing Shoemaker and Reese's theory of a hierarchy of influences on media content for a newer media era. *Web Journal of Mass Communication Research*, 29. Geraadpleegd op <http://www.scripps.ohiou.edu/wjmcr/vol29/29.html>
- Kester, B.C.M. (2010). The art of balancing. Foreign correspondence in non-democratic countries: the Russian case. *The International Communication Gazette*, 72, 51-69. DOI: 10.1177/1748048509350338
- Klepke, A., & Olsson, K. (2014, 20 maart). On the frontline: citizen journalism in Syria [Blog artikel]. Geraadpleegd op: <https://www.opendemocracy.net/opensecurity/anton-klepke-and-kajsa-olsson/on-frontline-citizen-journalism-in-syria>
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2001). Are watchdogs an endangered species? *Columbia Journalism Review*, 40, 50-53. Geraadpleegd op <https://search.proquest.com/docview/230384304?accountid=13598>
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2007). *The elements of journalism. What newspeople should know and the public should expect, completely updated and revised*. New York, NY: Three Rivers Press.
- Kruse Rasmussen, S. (2012). *Is there anybody out there? Crisis and collaboration in foreign reporting* [Onderzoeksrapport]. Geraadpleegd op Reuters Institute for the Study of Journalism website: <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/publication/there-anybody-out-there>
- Kvale, S. (1996). *Interviews An Introduction to Qualitative Research Interviewing*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications Inc.
- Leurdijk, A., & Leendertse, M. (2015). Google en Facebook bepalen het nieuws. De economische waarde van journalistiek. In J. Bardoel en H. Wijfjes (Red.), *Journalistieke cultuur in Nederland* (pp. 309-326). Amsterdam: Amsterdam University Press.

- Livingston, S., & Asmolov, G. (2010). Networks and the future of foreign affairs reporting. *Journalism Studies*, 11, 745-760. DOI: 10.1080/1461670X.2010.503024
- Lokaalmondiaal, Nederlandse nieuwsmonitor, Ruigrok NetPanel, & De Buitenlandredactie (2013). *Buitenlandjournalistiek in de Nederlandse media* [Onderzoeksrapport]. Geraadpleegd op <http://docplayer.nl/1969549-Onderzoeksrapport-buitenlandjournalistiek-in-de-nederlandse-media-dit-onderzoek-is-mede-mogelijk-gemaakt-door-het-stimuleringsfonds-voor-de-pers.html>
- Lugmayr, A. (red.), & Dal Zotto, C. (red.). (2016). *Media convergence handbook*. Heidelberg, New York, Dordrecht, Londen: Springer.
- Mellado, C. (2015). Professional roles in news content. *Journalism Studies*, 16, 596-614. DOI: 10.1080/1461670X.2014.922276
- Napoli, P.M. (2009). *Navigating producer-consumer convergence: media policy priorities in the era of user-generated and user-distributed content* (6) [Onderzoeksrapport]. Geraadpleegd op: http://fordham.bepress.com/mcgannon_research/6
- Nies, G., & Pedersini, R. (2003). Freelance journalists in the European media industry. *European Federation of Journalists*. Geraadpleegd op https://www.academia.edu/3246944/Freelance_journalists_in_the_European_media_industry
- O'Sullivan, J., & Heinonen, A. (2008). Old values, new media. *Journalism Practice*, 2, 357-371. DOI: 10.1080/17512780802281081
- Palmer, J., & Fontan, V. (2007). Our ears and our eyes. *Journalism*, 8, 5-24. DOI: 10.1177/1464884907072419
- Peterson, S. (1979). Foreign news gatekeepers and criteria of newsworthiness. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 56, 116-125. DOI: 10.1177/107769907905600118
- Picard, R.G. (2015). *Journalists' perceptions of the future of journalistic work* [Onderzoeksrapport]. Geraadpleegd op Reuters Institute for the Study of Journalism website: <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/publication/journalists%E2%80%99-perceptions-future-journalistic-work>
- Plochg, T., Juttman, R.E., & Klazinga, N.S. (2007). *Handboek gezondheidsonderzoek*. Houten: Bohn Stafleu van Logum.
- Poell, T., & Van Dijck, J. (2015). Democratisering van het nieuws? In J. Bardoel en H. Wijfjes (Red.), *Journalistieke cultuur in Nederland* (pp. 343-361). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Raad voor de Journalistiek (2016). Code van de Raad voor de Journalistiek. Geraadpleegd op <http://www.rvdj.be/code-raad-voor-de-journalistiek>
- Reese, S.D. (2001). Understanding the global journalist: a hierarchy-of-influences approach. *Journalism Studies*, 2, 173-187. DOI: 10.1080/14616700118394

- Reulink, N., & Lindeman, L. (2005, 23 november). *Kwalitatief onderzoek*. [Dictaat]. Geraadpleegd op [http://cs.ru.nl/~tomh/onderwijs/om2%20\(2005\)/om2_files/syllabus/kwalitatief.pdf](http://cs.ru.nl/~tomh/onderwijs/om2%20(2005)/om2_files/syllabus/kwalitatief.pdf)
- Roberts, M., & Bantimaroudis, P. (1997). Gatekeepers in international news: the Greek media. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 2, 62-76. DOI: 0.1177/1081180X97002002006
- Sambrook, R. (2010). *Are foreign correspondents redundant? The changing face of international news* [Onderzoeksrapport]. Geraadpleegd op Reuters Institute for the Study of Journalism website: <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/publication/are-foreign-correspondents-redundant>
- Schreier, M. (2012). *Qualitative content analysis in practice*. Thousand Oaks: Sage Publications Inc.
- Schudson, M. (2011). *The sociology of news*. New York, NY: W.W. Norton & Company Inc.
- Shoemaker, P.J., & Reese, S.D. (1996). *Mediating the message. Theories of influences on mass media content*. White Plains, NY: Longman Publishers USA.
- Shoemaker, P.J., & Reese, S.D. (2016). A media sociology for the networked public sphere: the hierarchy of influences model. *Mass Communication and Society*, 19, 389-410. DOI: 10.1080/15205436.2016.1174268
- Shoemaker, P.J. & Vos, T.P. (2009). *Gatekeeping theory*. Cambridge: Routledge.
- Siles, I., & Boczkowski, P.J. (2012). Making sense of the newspaper crisis: a critical assessment of existing research and an agenda for future work. *New Media & Society*, 14, 1375-1394. DOI: 10.1177/1461444812455148
- Singer, J.B. (2007). Contested autonomy. *Journalism Studies*, 8, 79-95. DOI: 10.1080/14616700601056866
- Skovsgaard, M. (2014). A tabloid mind? Professional values and organizational pressures as explanations of tabloid journalism. *Media, Culture & Society*, 36, 200-218. DOI: 10.1177/0163443713515740
- Spierts, T. (2012, 11 oktober). Waar zitten de Nederlandse buitenlandcorrespondenten? [blog artikel] Geraadpleegd op <http://www.denieuwereporter.nl/2012/10/waar-zitten-de-nederlandse-buitenlandcorrespondenten/>
- Stake, R.E. (1995). *The art of case study research*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications Inc.
- Starck, K., & Villanueva, E. (1992). *Cultural framing: foreign correspondents and their work*. Gepresenteerd op The Annual Meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication. Geraadpleegd op <https://eric.ed.gov/?id=ED351678>
- Strauss, A.L. (1987). *Qualitative analysis for social scientists*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Tandoc Jr., E.C., Hellmueller, L., & Vos, T.P. (2013). Mind the gap. *Journalism Practice*, 7, 539-554. DOI: 10.1080/17512786.2012.726503
- Tumber, H. (2006). The fear of living dangerously: journalists who report on conflict. *International relations*, 20, 439-451. DOI: 10.1177/0047117806069405

- Ugland, E., & Henderson, J. (2007). Who is a journalist and why does it matter? Disentangling the legal and ethical arguments. *Journal of Mass Media Ethics*, 22, 241-261. DOI: 10.1080/08900520701583511
- Utley, G. (1997). The shrinking of foreign news: from broadcast to narrowcast. *Foreign Affairs*, 76, 2-10. DOI: 10.2307/20047932
- Van der Haak, B., Parks, M., & Castells, M. (2012). The future of journalism: networked journalism. *International Journal of Communication*, 6, 2923-2938. DOI: 1932-8036/2012FEA0002
- Van der Valk, L., & Vasterman, P. (2006, 26 juni). De Nederlandse correspondenten: witte vlek in Afrika, Azië en Arabische wereld populairder [Blog artikel]. Geraadpleegd op <http://www.denieuwereporter.nl/2006/06/de-nederlandse-correspondenten-witte-vlek-in-afrika-azie-en-arabische-wereld-populairder/>
- Van Ginneken, J. (2002). *De schepping van de wereld in het nieuws. De 101 vertekeningen die elk 1 procent verschil maken*. Houten: Kluwer.
- Van Vree, F., & Azough, R. (2015). Beroep: journalist. In J. Bardoel en H. Wijfjes (Red.), *Journalistieke cultuur in Nederland* (pp. 33-52). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Vasterman, P. (2015). Mediahype: de turbo van de nieuwsvoorziening. In J. Bardoel en H. Wijfjes (Red.), *Journalistieke cultuur in Nederland* (pp. 183-203). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Vaughan, C.A. (1999). Reporting from imperial frontiers: the making of foreign correspondents a century. *Asia Pacific Media Educator*, 7, 37-52. Geraadpleegd op <http://ro.uow.edu.au/apme/vol1/iss7/3>
- Verduyn, S. (2005) *Van onze correspondent. Een onderzoek naar de Nederlandse buitenlandcorrespondent* (Master thesis). Geraadpleegd op <https://thesis.eur.nl/pub/3798>
- Vliegenthart, R. (2015). Mediamacht. In J. Bardoel en H. Wijfjes (Red.), *Journalistieke cultuur in Nederland* (pp. 221-236). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Wanta, W., Golan, G., & Lee, G. (2004). Agenda setting and international news: media influence on public perceptions of foreign news. *Journalism & Mass Communication*, 81, 364-377. DOI: 10.1177/107769900408100209
- Weaver, D.H., & Wilhoit, G.C. (1996). *The American journalist in the 1990s: U.S. news people at the end of an era*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Weber, P. (2010). No news from the east? Predicting patterns of coverage of Eastern Europe in selected German newspapers. *The International Communication Gazette*, 72, 465-485. DOI: 10.1177/1748048510369212
- Wester, F., & Peters, V. (2004). *Kwalitatieve analyse. Uitgangspunten en procedures*. Bussum: Coutinho.
- Westerståhl, J., & Johansson, F. (1994). Foreign news: news values and ideologies. *European Journal of Communication*, 9, 71-89. DOI: 10.1177/0267323194009001004

- Willemars, M. (2014). *Journalisten, publiek debat en democratie. Nieuwe rollen voor journalisten in maatschappelijke en politieke discussies* (Proefschrift). Geraadpleegd op <http://repository.ubn.ru.nl/handle/2066/131197>
- Willnat, L., & Weaver, D. (2003). Through their eyes: the work of foreign correspondents in the United States. *Journalism*, 4, 403-422. DOI: 10.1177/14648849030044001
- Witschge, T., & Nygren, G. (2009). Journalism: a profession under pressure? *Journal of Media Business Studies*, 6, 37-59. DOI: 10.1080/16522354.2009.11073478
- Wu, H.D. (2000). Systemic determinants of international news coverage: a comparison of 38 countries. *Journal of Communication*, 50, 110-130. DOI: 10.1111/j.1460-2466.2000.tb02844.x
- Wu, H.D., & Hamilton, J.M. (2004). US foreign correspondents. Changes and continuity at the turn of the century. *Gazette: The International Journal for Communication Studies*, 66, 517-532. DOI: 10.1177/0016549204047574