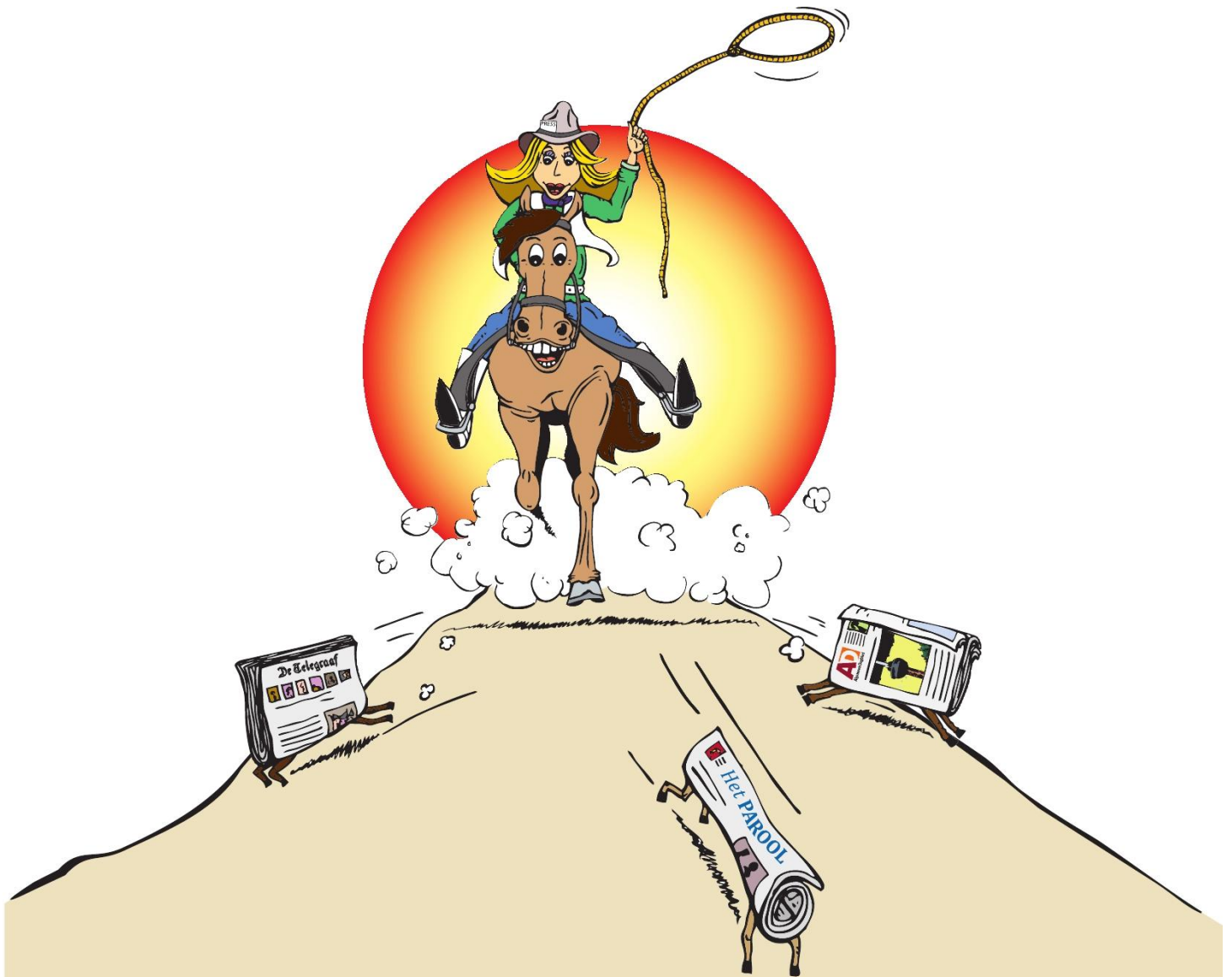


# DE PARADOX VAN VRIJHEID

Freelance journalisten over hun positie in de mediawereld.



M.G. van der Eijk  
[305982me@student.eur.nl](mailto:305982me@student.eur.nl)

Master Thesis Media & Journalistiek, specialisatie Media & Maatschappij  
Erasmus School of History, Culture and Communication  
Erasmus Universiteit Rotterdam

Begeleider: Dr. B.C.M. Kester  
Tweede lezer: Prof.dr. M.S.S.E Janssen

12 augustus 2011

*Freelancers zijn de cowboys van deze samenleving. Net als cowboys zijn ze ongebonden, gaan ze waar het geld zit, vormen ze een groep maar zijn ze ook individualistisch en avontuurlijk!*

- Billy

Afbeelding op de titelpagina: Diandra Coenradie

# VOORWOORD

Een beproeving. Dat is de beste omschrijving voor de afgelopen maanden. Ik heb geleerd over de wetenschap, freelance journalistiek, over hoe om te gaan met freelance journalisten en vooral ook over discipline. Niet alleen discipline om bij naar tropisch neigende temperaturen tóch de laptop tevoorschijn te halen, maar ook om kritisch te blijven reflecteren over datgene wat ik op papier had gezet.

Gelukkig kwam er in de afgelopen maanden vanuit verschillende hoeken hulp. Op deze plaats wil ik iedereen bedanken die een steentje bijdroeg aan de vorm en inhoud van deze thesis. In de eerste plaats denk ik dan aan Bernadette Kester, die me met haar scherpe blik keer op keer vooruit hielp, ook als ik even vast was gelopen. Een ander belangrijk aandeel kwam van de twaalf freelance journalisten die bereid waren te vertellen over hun vak. De gesprekken met hen waren interessant en veelal leuk om te voeren. Ook Brenno de Winter van de NVJ mag niet vergeten worden, die dankzij bemiddeling van Patrick Holleman beschikbaar was voor het leveren van commentaar. Tot slot werd er een bijzondere bijdrage geleverd door Diandra Coenradie die de credits verdient voor de afbeelding op de omslag.

Er zijn meer mensen die ik bedanken wil. Gewoon omdat ze er waren of omdat ze luisterden. Of omdat ze me twee jaar geleden ondanks omstandigheden tóch aanspoorden om een masterstudie te gaan volgen. Burgen, Duijndammen, vrienden en vooral Rick. Zijn aanmoediging, geduld en begrip zijn goud waard.

Margriet van der Eijk

Augustus 2011

# INHOUD

<b>1. INLEIDING</b>	1
<b>2. THEORETISCH KADER</b>	5
<b>2.1. De basis: Bourdieu</b>	5
2.1.1. Machtsverhoudingen tussen maatschappelijke velden	6
2.1.2. Machtsverhoudingen binnen het journalistieke veld	8
2.1.3. Nieuwkomers in het veld	10
2.1.4. Bourdieu over onzekere arbeidsmarkt en tijdelijke contracten	10
<b>2.2. Journalistiek en maatschappij</b>	11
2.2.1. Journalistieke werkwijzen en de constructie van nieuws	12
2.2.2. Journalistiek en democratie	13
2.2.3. De freelancer: <i>watchdog</i> wordt <i>underdog</i> ?	14
<b>2.3. Ontwikkelingen in en rondom het journalistieke veld</b>	15
2.3.1. Bredere maatschappelijke ontwikkelingen	16
2.3.2. Technologische ontwikkelingen	18
2.3.3. Economische ontwikkelingen	20
2.3.4. Gevolgen voor het journalistieke veld	22
<b>2.4. Onderzoek naar freelancers in de journalistiek</b>	24
2.4.1. Internationaal vergelijkend onderzoek	25
2.4.2. Nederlands onderzoek	25
2.4.3. Buitenlands onderzoek	26
2.4.4. Terugkerende thema's	27
<b>2.5. Freelance journalistiek en professionalisering</b>	30
2.5.1. Journalistieke waarden als scheidingsmechanisme	30
2.5.2. Journalistieke cultuur en beroepscodes	31
2.5.3. De individuele journalist	32
2.5.4. De freelancer	33
2.5.5. Terug naar Bourdieu	34
<b>3. METHODEN</b>	36
<b>3.1. Methodologische overwegingen</b>	37
<b>3.2. Het online interview</b>	38
3.2.1. Synchrone en asynchrone online interviews	39
3.2.2. Voor- en nadelen van online interviewen	40

<b>3.3. Werkwijze en dataverzameling</b>	41
3.3.1 Operationalisering	42
3.3.2. Het vinden van respondenten	44
3.3.3. Uitvoering van de interviews	46
<b>3.4. Analysemethode</b>	47
<b>4. RESULTATEN</b>	49
<b>4.1. Omschrijving onderzoekspopulatie</b>	49
<b>4.2. Werksituatie en carrière</b>	51
4.2.1. De keuze voor het freelance bestaan	51
4.2.2. Werkzaamheden	52
4.2.3. Acquisitie	54
4.2.4. Financiële positie	55
4.2.5. Balans tussen journalistiek- en communicatief werk	55
<b>4.3. Arbeidsvoorwaarden en onderhandelingspositie</b>	58
4.3.1. Honorering	58
4.3.2. Auteursrechten	60
4.3.3. Onderhandelingspositie	61
<b>4.4. Professionalisme</b>	64
4.4.1. Kwaliteit en de kritische rol van freelancers	65
4.4.2. Vergelijking met loondiensters	67
<b>4.5. Tevredenheid met het freelance bestaan</b>	68
4.5.1. Motivatie	69
4.5.2. Waardering	70
<b>5. CONCLUSIE</b>	73
<b>6. DISCUSSIE</b>	78
<b>7. LITERATUUR EN BRONNEN</b>	80
<b>7.1. Literatuur</b>	80
<b>7.2. Bronnen</b>	82
<b>8. BIJLAGE: CD MET ANALYSEMATERIAAL</b>	84

# 1. INLEIDING

De journalistiek is in de afgelopen decennia ingrijpend veranderd. De redenen daarvoor zijn van diverse aard. Nieuwe media veranderden niet alleen de werkwijzen van journalisten, ook gaven ze het publiek een instrument om zelf 'journalist te spelen' (Bardoel, 2010; Costera Meijer, 2009). Daarbij kreeg de mediasector te maken met verregaande mediaconcentratie, commercialisering en kostenbesparing (Nies & Pedersini, 2003). Tel daar de economische crisis van 2009 bij op en je weet dat de journalistieke professie onder druk is komen te staan (Mosco; 2009). De wereldwijde trend is dat er een veranderlijke markt is ontstaan met bij mediabedrijven steeds minder vaste aanstellingen voor journalisten, waardoor zij in toenemende mate op freelance-basis hun beroep uitoefenen (Walters, Warren & Dobbie: 2006).

In deze thesis wordt middels online interviews onderzocht hoe het met de positie van deze freelancers is gesteld. De centrale vraag is dan ook: *Wat is de positie van freelance journalisten en hoe waarderen freelance journalisten zelf hun positie in de mediawereld?* Deze hoofdvraag valt uiteen in twee delen. Het eerste deel wordt beantwoord aan de hand van wetenschappelijke theorieën, waarin verschillende perspectieven en thema's aan de orde komen. Met name paragraaf 2.4. is belangrijk omdat hierin verschillende terugkerende thema's worden besproken met betrekking tot het werk van freelance journalisten. Het tweede deel van de hoofdvraag omvat het hier uitgevoerde onderzoek, waarin freelancers is gevraagd te refleteren over hun eigen positie. Hierbij staan de volgende deelvragen centraal:

- *Hoe denken freelancers over hun arbeidsvoorwaarden?*
- *Hoe is het gesteld met de onderhandelingspositie van freelancers?*
- *Hoe sterk staan freelancers op het professionele vlak ten opzichte van niet-freelancers?*
- *Hoe tevreden zijn freelancers met hun freelance bestaan?*

Een freelance journalist wordt hier gedefinieerd als iemand die zonder vast dienstverband werkzaamheden verricht voor nieuwsmedia, eventueel gecombineerd met werkzaamheden buiten het journalistieke veld. Bovendien wordt er in dit onderzoek geen onderscheid gemaakt tussen mensen die zich freelancer of ZZP'er noemen. Officieel doet de fiscus dit wel (Ijdens & van der Werff, 2004), maar omdat in de praktijk de invulling van hun werkzaamheden vergelijkbaar zijn, worden beiden onder dezelfde noemer aangeduid.

Een van redenen om dit onderzoek uit te voeren, is het leveren van een bedrage aan de zichtbaarheid van freelancers als beroepsgroep. De Nederlandse

Vereniging van Journalisten meldde telefonisch dat ongeveer een derde van haar leden freelancer is. Ondertussen blijkt uit berichten van vakwebsites zoals De Nieuwe Reporter en Villamedia dat deze groep een lastige positie heeft in de mediawereld. Zo valt uit berichten en blogs van beide organisaties op te maken dat freelancers regelmatig onder de maat worden betaald en zwak staan op het gebied van auteursrechten. Onderzoek naar de ervaringen van freelance journalisten en hun opvattingen over hun positie, geeft inzicht in een gefragmenteerde beroepsgroep. Dat komt dan ten eerste de freelancers zelf ten goede. Ze zijn namelijk slechts in beperkte mate verenigd. Om een stem te kunnen laten horen is het juist belangrijk om op de hoogte te zijn van wat andere freelancers beweegt. Ook zou een dergelijk onderzoek diverse organisaties kunnen dienen. De NVJ kan het gebruiken bij het uitstippelen van het beleid ten aanzien van freelancers. Maar ook het onderwijs kan profiteren van een dergelijk onderzoek. Het kan knelpunten in kaart brengen waar onderwijsinstellingen op kunnen insprijgen door studenten voor te bereiden op het bestaan als freelancer. Ook kunnen opdrachtgevers beter inzicht krijgen in wat er onder hun freelancers leeft.

Vanuit een breder maatschappelijk perspectief moet vooral niet vergeten worden dat journalisten een belangrijke democratische functie vervullen. Idealiter controleren zij als *watchdogs* de politiek en andere instituties met macht en status. Niettemind melden verschillende wetenschappers dat recente ontwikkelingen ervoor zorgen dat journalisten minder dan voorheen deze *watchdog* functie kunnen vervullen. Volgens hen komt de kwaliteit van het nieuws in het geding door de vernieuwde structuur van het journalistieke veld. Het aantal onderzoeken naar freelance journalistiek en kwaliteit van nieuws zijn echter schaars, maar de schrijvers die zich aan dit onderwerp wagen (Das, 2007; Walters, Warren & Dobbie, 2006), benadrukken dat de veranderende arbeidsomstandigheden een negatieve invloed hebben op de vrijheid, rechten en professionaliteit van journalisten.

Volgens Das en Walters et al. is het kwaliteitsverlies te wijten aan de afhankelijkheidsrelatie van de freelancer ten opzichte van zijn of haar opdrachtgevers. De freelancer is zelfstandige en moet zichzelf steeds weer in de kijker spelen bij opdrachtgevers om zo constante inkomsten te verwerven. Hierbij is het aanbod van het aantal freelancers groot, waardoor de opdrachtgever het voor het kiezen heeft. Het gevolg is dat lonen dalen en dat freelancers onzekerheid ervaren: ze weten veelal niet of ze een x aantal maanden later nog steeds werk hebben. Deze twee factoren zouden voor een verminderd kritische journalistiek zorgen. Voor een beperkte honorering loont het de freelancer vaak niet om de onderste steen boven te halen. Bovendien gaat voor freelancers veel tijd en energie zitten in het verwerven van opdrachten, wat ten koste gaat van de kwaliteit van het

geleverde werk. Het gevolg is volgens deze wetenschappelijke stroming dat professionele waarden zoals onafhankelijkheid en objectiviteit (Deuze, 2004: 78-94) afzwakken. In dat opzicht hebben freelancers te maken met een zogeheten *paradox van vrijheid*: enerzijds hebben ze de vrijheid om hun opdrachten en opdrachtgevers te kiezen, anderzijds zijn ze financieel afhankelijk van hun opdrachtgevers, wat de kwaliteit van het nieuws in het geding kan brengen.

Ook vanuit wetenschappelijk oogpunt is dit onderzoek zinvol. Ten eerste is er in Nederland zelden onderzoek gedaan naar de positie van freelancer journalisten. Ten tweede heeft de wetenschap er baat bij om meer over deze groep te weten te komen, omdat de opkomst van deze groep de structuur van het journalistieke veld verandert. De groep freelance journalisten groeit en de tijd dat journalisten vanzelfsprekend een vaste aanstelling hebben, is voorbij. Onder studenten journalistiek heerst zelfs de opvatting dat een vaste baan geen optie meer is (Bakker, 2010). Voor de wetenschap betekent dit dat oude wetenschappelijke theorieën mogelijk niet meer volledig juist zijn en herzien moeten worden. Bovendien bestaat er in Nederland slechts een enkele studie naar freelance journalisten, terwijl deze groep groeiende is. Des te interessanter om een onderzoek aan deze beroepsgroep te wijden.

Hoe valt de paradox van vrijheid te onderzoeken? Onderzoek doen naar de kwaliteit die freelancers leveren is lastig. Hoe bepaal je immers wat een stuk kwalitatief 'goed' maakt? En nog lastiger: hoe zet je dit af tegen de kwaliteit die journalisten in loondienst afleveren? Het antwoord is: dat is moeilijk. De enige manier om erachter te komen of freelancers lijden onder afhankelijkheid van opdrachtgevers, is het ze op de man of vrouw af vragen. Vandaar dat er in dit onderzoek gekozen is voor interviews.

Hoofdstuk 2 van deze thesis behandelt diverse wetenschappelijke theorieën die van toepassing zijn op de journalistiek in het algemeen en de freelance journalistiek in het bijzonder. Het uitgangspunt is de veldtheorie van Bourdieu. Deze houdt in dat het journalistieke veld constant onderhevig is aan machten van buiten en binnen uit het veld. Ook het belang van de journalistiek in de maatschappij komt aan de orde evenals een beschouwing gewijd aan de wetenschappelijke literatuur over freelance journalistiek. Hoofdstuk 3 is een methodisch hoofdstuk waarin wordt beargumenteerd waarom er gekozen is voor de methode van online interviews. Verder wordt beschreven op welke wijze de dataverzameling en analyse van het materiaal geschiedde. In hoofdstuk 4 worden de resultaten gepresenteerd. Hierbij wordt de zelfwaardering van journalisten opgesplitst in verschillende onderwerpen, te weten: werksituatie en carrière, arbeidsvoorwaarden en onderhandelingspositie, professionalisme en tevredenheid met het freelance bestaan. In hoofdstuk 5 staat de



conclusie beschreven en hoofdstuk 6 draagt discussiepunten aan, waarbij namens de NVJ Brenno de Winter aan het woord komt.

## 2. THEORETISCH KADER

In deze thesis wordt de positie van freelancers in de mediawereld onder de loep genomen. Het uitgangspunt hierbij is de veldtheorie van Bourdieu, die in paragraaf 2.1. uitgelegd wordt. Centraal staat de dynamiek tussen verschillende maatschappelijke velden, de dynamiek binnen het journalistieke veld en in het bijzonder de positie van nieuwkomers en freelancers. In paragraaf 2.2. wordt de rol van de journalistiek in de maatschappij bekeken. In deze paragraaf wordt beargumenteerd dat de journalistiek van fundamenteel belang is voor het functioneren van de democratie en dat het daarom zinvol is om ontwikkelingen in de journalistiek te volgen en steeds opnieuw te evalueren. Paragraaf 2.3. gaat in de geest van Bourdieu in op maatschappelijke, technologische en economische ontwikkelingen. Hierin kunnen de oorzaken worden gezocht voor de toename van het aantal freelancers in de afgelopen decennia. Paragraaf 2.4. behandelt het eerste deel van de hoofdvraag en omvat een omschrijving van onderzoek naar freelancers in de journalistiek en behandelt een zevental terugkerende thema's. Een van die thema's, professionalisering, wordt in paragraaf 2.5. uitgediept, omdat dit thema de kern raakt van het hier aan de orde gestelde probleem: de paradox van vrijheid.

### 2.1. De basis: Bourdieu

De mediawereld waarin de freelancers zich begeven is complex. Verschillende groepen hebben diverse, van elkaar afwijkende belangen. Nieuwsorganisaties hebben te maken met hun publiek, de media, zakenwereld en in steeds grotere mate met academici. Ook binnen de mediawereld zelf spelen verschillende belangen.

De veldtheorie van Bourdieu biedt een kader om deze complexiteit te begrijpen. Bourdieu richt zich namelijk op de sociologie van het nieuws in de brede zin van het woord. Hij vertelt hierover in zijn boek *Over Televisie* (1996), waarin hij de processen en de beperkingen van nieuwsmedia uiteen zet. Zijn uitgangspunt is dat de samenleving is opgedeeld in een aantal semiautonome velden zoals het literaire-, politieke-, wetenschappelijke- en het journalistieke veld, waartussen en -binnen sprake is van een permanente machtsstrijd.

Over *Televisie* was voornamelijk bedoeld als een wake-up call voor de maatschappij (Benson & Neveu, 2004). Bourdieu zag destijds ontwikkelingen in de mediawereld en was hier ontsteld over. Hij wilde duidelijk maken dat er niets natuurlijk is aan een mediawereld die draait om commercie, advertentieopbrengsten en kijk-, lees- en luistercijfers. Aanvankelijk werd zijn boek positief onthaald, maar naarmate de tijd vorderde, groeide de kritiek (Janssen, 2010). Bourdieu's analyse werd door sommigen als oppervlakkig bestempeld. Bovendien besteedde Bourdieu niet of nauwelijks aandacht aan internet en nieuwe media, wat de theorie volgens sommigen achterhaald zou kunnen maken (Benson & Neveu, 2004).

Dat Bourdieu alles behalve achterhaald is, bewijzen meer recente publicaties van onder andere Benson & Neveu, Janssen en Broersma (2010). Deze auteurs geven de theorieën een nieuw jasje, onder andere door het belichten van technologische ontwikkelingen en het belang van internationaal vergelijkend onderzoek. Hieruit blijkt dat de theorieën van Bourdieu zeer nuttig zijn bij het bestuderen van de hedendaagse mediawereld. Bovendien vormen ze een goed uitgangspunt bij het onderzoeken van de hedendaagse sociologie van het nieuws.

Voor dit onderzoek is het vooral interessant dat de veldbenadering, zoals Janssen benadrukt, een brug slaat tussen analyses op macro- en microniveau. Op macroniveau is de journalistiek het product van bredere maatschappelijke, economische en politieke structuren. Op microniveau gaat het om de praktijk van individuele journalisten binnen nieuwsorganisaties. Janssen legt uit dat beide niveaus binnen de veldtheorie uitgelegd kunnen worden. Dat is belangrijk, want de journalistieke praktijk wordt beïnvloed door grotere maatschappelijke ontwikkelingen. Dat betekent dat wanneer we de positie van freelancers binnen nieuwsorganisaties onder de loep nemen, we niet voorbij kunnen aan de ontwikkelingen die ervoor hebben gezorgd dat freelancers in toenemende mate deel uit maken van deze organisaties. Daarom gaan de volgende subparagrafen over respectievelijk de werking van machtsverhoudingen *tussen* de verschillende maatschappelijke velden en de werking van machtsverhoudingen *binnen* het journalistieke veld.

### **2.1.1. Machtsverhoudingen tussen maatschappelijke velden**

Deze paragraaf is gewijd aan de plaats van de journalistiek in het gehele maatschappelijke veld zoals Bourdieu daarover schreef. De theorie is een uitgangspunt bij het begrijpen van veranderingen in de mediawereld.

Zoals hierboven al genoemd werd, gaat Bourdieu er vanuit dat de samenleving bestaat uit een aantal semiautonome velden. Voorbeelden hiervan zijn de politiek, economie, religie, cultuur, wetenschap en journalistiek. Tussen deze

velden spelen machtsrelaties een prominente rol. De velden oefenen invloed op elkaar uit, waardoor ze de mogelijkheid hebben elkaars structuur te veranderen. Benson en Neveu stellen dat zonder die druk van buitenaf de velden vooral de bestaande structuur van het eigen veld reproduceren. De velden zijn enerzijds wederzijds afhankelijk van elkaar, terwijl ze anderzijds elk streven naar autonomie. De relatie tussen hen is dan ook veranderlijk en dynamisch.

Om aan te geven hoe de velden elkaar kunnen 'ontmoeten', geeft Bourdieu het voorbeeld van een verkiezingsdebat. Hier worden de velden gerepresenteerd door personen. De politicus doet zijn verhaal voor het oog van de camera. De politicoloog, deel uitmakend van het sociaalwetenschappelijke veld, evalueert hem terwijl de journalist de peilingen presenteert. Elk van de personen is een soort 'afgevaardigde' van het specifieke veld waarin ze zich bewegen en waarin deze persoon bovendien een specifieke positie inneemt. De manier waarop de politicoloog en de journalist elkaar aanspreken, is een afspiegeling van hoe het sociaalwetenschappelijke- en journalistieke veld zich tot elkaar verhouden. Hierbij heeft ieder veld een ander soort autoriteit en mate van symbolische dominantie (Bourdieu in Benson & Neveu, 2004: 31).

Benson & Neveu leggen uit dat elk veld is gestructureerd rond een heteronome en een autonome pool. De heteronome pool representeert krachten die extern zijn aan het veld. Deze zijn wat betreft het journalistieke veld voornamelijk economisch. De autonome pool representeert specifieke kapitaalsoorten die uniek zijn voor het veld, bijvoorbeeld journalistieke, artistieke of wetenschappelijke vaardigheden. Op deze manier staat de heteronome pool voor de afhankelijkheid van het veld en de autonome pool (het woord doet het al vermoeden) voor de autonomie van het veld. In het geval van het journalistieke veld spreekt Bourdieu dan ook over twee logica's van erkenning: erkenning aan de hand van de waarden van het veld *zelf* en erkenning aan de hand van commercie in de vorm van lees-, kijk- en luistercijfers (Bourdieu, 1996).

De journalistiek is volgens Bourdieu in grote mate heteronoom. Dat betekent dat het veld veel invloed van buitenaf ondervindt die de logica in het veld bepaalt. Zo bezit de journalistiek geen specifiek kennismonopolie en doet ze verslag van de kennis die voortkomt uit andere velden. Bourdieu ziet het veld bovendien meer en meer autonomie verliezen door toenemende commerciële invloeden en het belang dat wordt gehecht aan kijk-, lees- en luistercijfers. Ook de economische conjunctuur zorgt samen met de opkomst van nieuwe media voor een structurele herpositionering van het journalistieke veld (Broersma, 2010), maar daarover later meer. Overigens is de bedreiging van de autonomie van het journalistieke veld niet nieuw. Ook in het verleden werd deze uitgedaagd, bijvoorbeeld in de 19<sup>e</sup> eeuw toen de populaire pers

zijn opmars deed, maar ook gedurende oorlogsperiodes waarin overheden censuur toepasten (Champagne in Benson & Neveu, 2004). De Duitse socioloog Max Weber (uitgave in 1999) schreef al in 1919 een essay waarin hij na observatie van de journalistiek moest concluderen dat zij onder hevige invloed stond van politieke en economische krachten.

Ondanks dit alles kent Bourdieu het journalistieke veld ook een mate van autonomie toe. Het is een microkosmos in een macrokosmos met zijn eigen wetten en regels. Hoe machtsverhoudingen zich binnen het journalistieke veld manifesteren, komt aan de orde in de volgende subparagraaf.

De reden om aandacht te besteden aan de verdeling van macht in het journalistieke veld is belangrijk omdat het een spel is in het grotere machtsveld. Dat wil zeggen: de journalistiek is belangrijk in een breder maatschappelijk kader. Benson en Neveu zeggen hierover:

*Because fields are closely intertwined and because journalism in particular has become a crucial mediator among all fields, as the journalistic field has become more commercialized and thus more homologous with the economic field, it increases the power of the heteronomous pole within each of the fields, producing a convergence among all the fields and pulling them closer to the commercial pole in the larger field of power. This is the chief thesis of On Television. (Benson & Neveu, 2004: 6)*

Met andere woorden: de journalistiek kan diverse maatschappelijke velden verbinden. Wanneer er commercialisering van het journalistieke veld optreedt, dan worden andere velden op hun beurt ook dichter naar hun commerciële pool toe gezogen. Zo ontstaat er een gecommmercialiseerde maatschappij. Dit is in Bourdieu's ogen ongewenst.

### **2.1.2. Machtsverhoudingen binnen het journalistieke veld**

Naast de hierboven genoemde machtsverschillen tussen velden is er ook een constante machtsstrijd *binnen* het veld gaande. Alle actoren binnen het veld, inclusief freelancers, zijn hier al dan niet bewust bij betrokken. De definitie van een veld wordt door Bourdieu op de volgende manier gegeven:

*A field is a field of forces within which the agents occupy positions that statistically determine the positions they take with respect to the field, these position-takings being aimed either at conserving or transforming the structure of relations of forces that is constitutive of the field. (Bourdieu in Benson & Neveu 2004: 30)*

Elke actor streeft dus naar de voor hem of haar meest ideale positie.

Benson & Neveu geven aan dat de begrippen *structure* & *agency* fundamenteel zijn voor het begrijpen van de posities van de actoren. Ze kunnen worden opgevat als twee krachten die in tegenovergestelde richting werken. Hierbij verwijst *structure* naar de manier waarop de maatschappij (of andere externe

factoren die zich daarin bevinden) het handelen van het individu beïnvloedt. Hierbij spelen *doxa* een belangrijke rol (Broersma, 2010). Dit zijn de regels van het spel. Ze omvatten bepaalde conventies en organiseren zo de acties binnen het veld. Deze worden door individuen op een expliciete wijze geïnternaliseerd via onderwijs en impliciet eigen gemaakt door socialisatie, bijvoorbeeld op de werkvloer. Een voorbeeld hiervan is de manier waarop de redactiecultuur de vrijheid van de individuele journalist bepaalt (en in zekere zin ook beperkt). *Agency* staat voor de mate waarin het individu naar eigen inzicht kan handelen. Overigens is het goed mogelijk dat menselijk handelen bijdraagt aan de bestaande structuur van het veld. De spelers in het veld accepteren dan de rolverdeling. Patronen worden pas doorbroken wanneer *agency* zich richt op vernieuwingen in het veld (Croteau & Hoynes, 2003).

*Structure* en *agency* komen samen in de *habitus* van het individu (Benson & Neveu, 2004). *Habitus* omvat namelijk persoonlijke veronderstellingen, oordelen en gedrag als het gevolg van een cumulatief proces van socialisatie door vooral opvoeding en scholing. Het gaat in dit onderzoek om zowel de persoonlijke disposities als om de structuren van de maatschappij en de *doxa* van het veld.

Zoals gezegd: *doxa* zorgen ervoor dat de structuur van het veld wordt gereproduceerd. Ze worden echter niet altijd lukraak gevolgd. Wie de structuur wil doorbreken en hogerop wil komen zal zichzelf onderscheiden (Broersma, 2010). Dat kan door middel van het verzamelen van kapitaal. Volgens Bourdieu gaat het in de samenleving voornamelijk om economisch en cultureel kapitaal. Met de eerste kapitaalsoort bedoelt Bourdieu geld of goederen die kunnen worden omgezet in geld. Cultureel kapitaal omvat intellectuele kwaliteiten, zoals algemene en specialistische kennis en bekwaamheden zoals verbale- en artistieke vaardigheden (Benson & Neveu, 2004; 3-4). Daarbij spelen ook sociaal- (omgang met collega's) en symbolisch kapitaal (legitimatie van dominantie) een rol. Volgens Bourdieu is economische kapitaal de meest krachtige kapitaalsoort. Voorbeelden van onderscheidingsvormen binnen de regels van het veld zijn bijvoorbeeld het binnengaan van een grote primeur of het uitblinken in kennis over een bepaald onderwerp. De vrijheid die de individuele journalist geniet hangt af van het kapitaal dat hij bezit. Het is het resultaat van de plek die de journalist door de tijd heen in het veld heeft veroverd. Bourdieu: 'Freedom is not a property that falls from the sky; it has its degrees, which depend on the position occupied in social games' (Bourdieu in Benson & Neveu: 2004: 44).

Bourdieu (1996) is kritisch wanneer het gaat om de vrijheid van de individuele journalist. In zijn optiek leidt concurrentie in de media niet automatisch tot originaliteit en diversiteit, maar juist tot uniformiteit van het aanbod. Volgens hem zet

concurrentie aan tot permanente waakzaamheid die zelfs kan ontaarden in het bespioneren van concurrerende nieuwsorganisaties en individuele journalisten. Janssen (2010) zegt hierover dat imitatie een manier is om onzekerheden te reduceren. Dit doen organisaties onder druk van de instanties waar ze afhankelijk van zijn en door harmonisering van professionele normen en waarden. Wanneer dit geldt voor organisaties, is het aannemelijk dat dit ook voor individuele journalisten geldt.

### **2.1.3. Nieuwkomers in het veld**

Een interessante groep binnen Bourdieu's concept van het veld is die van de nieuwkomers die toetreden tot het veld. Hun belangen steken schril af tegen die van de gevestigde orde. Want waar deze laatste groep vooral gebaat is bij het voortzetten van de bestaande structuur (want hierin is hun positie veiliggesteld), hebben nieuwkomers juist belang bij het doorbreken van de status quo (Janssen, 2010).

Wanneer nieuwkomers zich aandienen kunnen er twee dingen gebeuren. De eerste mogelijkheid is dat de toetreding een transformatie teweegbrengt. De nieuwkomers zijn op een positieve wijze vernieuwend en onderscheiden zich dusdanig van de gevestigde orde dat hun invloed op de mediawereld voelbaar is. 'Deze distinctiedrift manifesteert zich in de vestiging van nieuwe bewegingen, stromingen en stijlen en daarmee verbonden publicatiekanalen die zich afzetten tegen de gangbare journalistieke codes en conventies' (Janssen, 2010: 262). De tweede mogelijkheid is echter veel minder optimistisch en kenmerkt zich door conservatisme. Met de toetreding wordt de concurrentie om een beperkt aantal banen vergroot, waardoor journalisten voorzichtiger zijn en zich meer aanpassen, waardoor de structuur van het veld wordt gereproduceerd (Benson & Neveu: 5-6).

Met het oog op de positie van freelancers is deze benadering uiterst interessant. De freelance journalistiek is namelijk een relatieve nieuwkomer in het journalistieke veld. Bovendien zijn toetreders tot het journalistieke veld veelal freelancers, omdat vaste banen niet voor het oprapen liggen. Het is de vraag of deze nieuwe journalisten, veelal werkend op freelance basis, zich aanpassen aan het journalistieke veld of dit veld juist kunnen innoveren.

### **2.1.4. Bourdieu over onzekere arbeidsmarkt en tijdelijke contracten**

Bourdieu heeft zich slechts in beperkte mate uitgelaten over de journalistieke arbeidsmarkt en de positie van freelancers. Hij stelt dat er in de Franse journalistiek anno 1996 sprake is van onzekere arbeid. Deze wordt in zijn ogen veroorzaakt door gebrek aan werkgelegenheid bij intellectuele beroepen. Er zijn meer potentiële journalisten dan dat er arbeidsplaatsen zijn. Deze 'overproductie van universitair

afgestudeerden' zorgt voor wat Bourdieu noemt een groot 'reserveleger van arbeidskrachten'. De onzekerheid die dit teweeg kan brengen bij journalisten kan leiden tot (zelf)censuur. Immers: voor u tien anderen! Bourdieu ziet dat deze groep groeiende is in de mediawereld en in grote mate wordt beperkt. Hij concludeert: 'So precarious of employment is a loss of liberty, through which censorship and the effect of economic constraints can more easily be expressed' (Bourdieu in Benson & Neveu, 2005: 43).

Hoewel Bourdieu niet dieper ingaat op de positie van freelancers, kunnen we aan het einde van deze paragraaf wél concluderen dat zijn veldtheorie erg geschikt is als uitgangspunt voor het analyseren van de positie van freelancers. De veldtheorie biedt namelijk handvaten om op macroniveau het journalistieke veld uit te leggen doordat deze aandacht besteedt aan de bredere maatschappelijke inbedding van de journalistiek. Op microniveau helpt de veldtheorie machtsverhoudingen in kaart te brengen en te verklaren met sleutelbegrippen zoals autonomie, kapitaalsoorten *doxa* en *habitus*. Bourdieu's visie op nieuwkomers in een veld is op deze thesis toepasbaar. Eigenlijk vat Bourdieu hier de koe bij de hoorns. Met de toename van het aantal freelancers is de structuur van de journalistiek veranderd, terwijl het de vraag blijft in hoeverre deze verandering de autonomie van de journalist ten goede komt.

## 2.2. Journalistiek en maatschappij

De vorige paragraaf omschreef de werking van macht tussen verschillende maatschappelijke velden en binnen het journalistieke veld volgens de veldtheorie van Bourdieu. Deze paragraaf richt zich op werkwijzen van de journalistiek en haar functie in breder maatschappelijk kader. De reden hiervoor is dat de veranderde journalistieke structuur volgens verschillende auteurs gevolgen heeft voor de kwaliteit van het nieuws. Een goede journalistieke kwaliteit is in maatschappelijk belang. Deze paragraaf legt uit waarom het zinvol en belangrijk is om de journalistiek steeds opnieuw te evalueren.

In sociologisch opzicht is het somber gesteld met de positie van de journalist. Weber stelde in een hier al eerder aangehaald essay uit 1919 dat de journalist geen vaste plaats heeft in de maatschappelijke hiërarchie. 'Hij behoort als het ware tot een kaste van paria's die door de 'maatschappij' steeds op het sociale niveau van haar bewerkelijkste vertegenwoordigers wordt geplaatst' (Weber, 1999: 59). Dat is volgens Weber opmerkelijk, omdat journalistiek werk volgens hem 'tenminste evenveel hersenwerk vereist als welke wetenschappelijke arbeid dan ook'. Ook tegenwoordig is het, volgens Bardoel, matig gesteld met de positie van journalisten:



op de maatschappelijke ladder nemen zij een schamele middenpositie in, ook al vervullen ze een spilfunctie in de maatschappij. 'Dit opereren in de openbaarheid, of het publieke domein, maakt de journalistiek tot een bijzonder beroep, zowel voor de samenleving als de journalisten zelf' (Bardoel, 2010: 4). Deze paragraaf behandelt dit openbare aspect van de journalistiek. Het gaat hier om de democratische functie die de journalistiek vervult in de samenleving.

### **2.2.1. Journalistieke werkwijzen en de constructie van nieuws**

De manier waarop journalisten te werk gaan, bepaalt in grote mate wat nieuws is. Shoemaker & Reese (in Becker & Vlad, 2009) kijken daarom naar de journalistieke praktijk op het niveau van nieuwsorganisaties en definiëren dezen als sociale, formele en economische eenheden die individuen aannemen met als doel media-inhoud te produceren. Deze nieuwsorganisaties werken idealiter als goed geoliede machines waarbij journalisten volgens een bepaalde routine hun werk verrichten en samenwerken. Shoemaker & Reese omschrijven deze routines als uit vaste patronen bestaande, zichzelf herhalende praktijken die journalisten gebruiken om zo efficiënt mogelijk hun werk te doen (Shoemaker & Reese in Becker & Vlad, 2009: 61). Binnen de beperkingen van ruimte en tijd zorgen routines ervoor dat het meest kwalitatieve product bij de consument wordt afgeleverd. Het werken met routines is noodzakelijk, want de mediawereld is dusdanig veranderlijk dat enige structurering het werk een stuk efficiënter maakt.

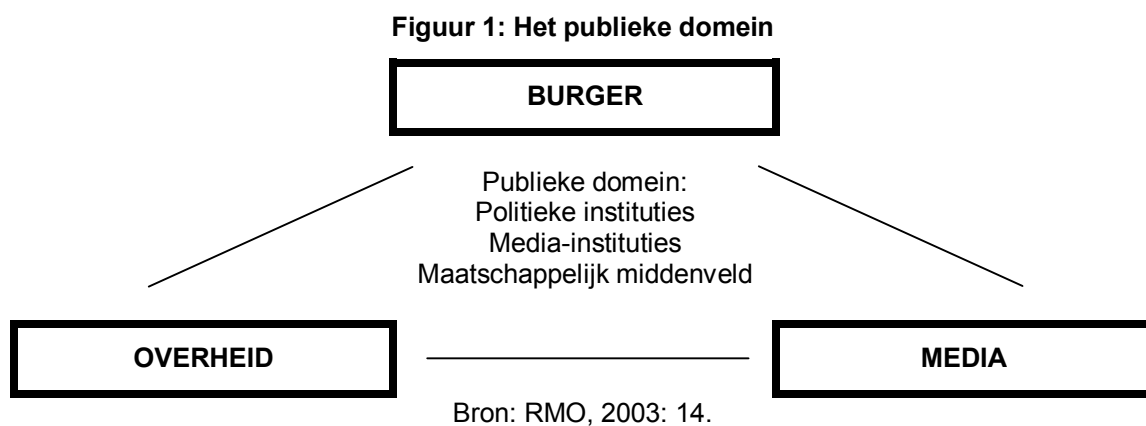
De opvatting dat journalistiek een vorm van productie is, namelijk productie van nieuws, kwam op in de jaren '70. Dit zorgde voor een nieuwe benadering van de journalistiek waarvan Tuchman (in Becker & Vlad, 2009) de voorloper was. Nieuws is geen afspiegeling van de werkelijkheid, maar een constructie, gemaakt door journalisten die in het journalistieke proces keer op keer, al dan niet bewust, keuzes maken. Nieuws is een selectie, gemaakt door mensen. Dit proces is onderhevig aan *gatekeeping*. Shoemaker, Vos & Reese leggen dit uit als 'the process of selecting, writing, editing, positioning, scheduling, repeating and otherwise massaging information to become news' (Shoemaker, Vos & Reese, 2009: 73). Volgens dit model is het de *gatekeeper* die bepaalt welke informatie verspreid wordt en wat de effecten daarvan zijn. Een *gatekeeper* kan daarbij verschillende vormen aannemen: een professionele code, beleid of simpelweg computerprogramma's. Toch focust het merendeel van de studies naar *gatekeepers* zich op personen. Verslaggevers, correspondenten, columnisten, redacteuren: elk van hen heeft zijn plaats binnen journalistieke routines en elk van hen maakt keuzes over het nieuws, de een met meer autonomie dan de ander. Het gatekeepermodel wijt onvolledige, onjuiste of verdraaide weergaven in de media dan ook aan het feit dat journalisten de lastige

taak hebben om het grote aantal gebeurtenissen in de wereld te moeten terugbrengen tot een bescheiden aantal, behapbare berichten dat uiteindelijk tot nieuws wordt gemaakt.

Een deel van het onderzoek naar *gatekeeping* gaat uit van de demografische kenmerken van de personen die bij nieuwsorganisaties werken. Een veelgestelde vraag is bijvoorbeeld: maakt het voor het uiteindelijke nieuwsproduct uit of de *gatekeeper* een man of een vrouw is? Speelt etniciteit misschien ook een rol in selectie van nieuws? Deze benadering waarbij eigenschappen van de individuele journalist worden betrokken kan ook inspirerend werken voor wie onderzoek wil doen naar freelancers. Zou het bijvoorbeeld ook zo kunnen zijn dat de contractvorm van de journalist invloed heeft op het nieuws dat wordt geproduceerd?

### 2.2.2. Journalistiek en democratie

Zoals uit de vorige paragraaf bleek dat journalisten een selectie maken van gebeurtenissen en daarover verslag doen aan het publiek. De keuzes die journalisten maken bepalen dus in grote mate wat het publiek te zien, lezen en horen krijgt. Op die manier opereert de journalist in het openbare domein. De Raad Maatschappelijke Ontwikkeling (RMO, 2003) stelt dit openbare domein voor als een driehoeksverhouding tussen de burger, de overheid en de media, zoals in figuur 1 weergegeven. Dit is in symbolische zin de gedeelde ruimte in de samenleving, de ruimte waar burgers, politici en journalisten elkaar 'ontmoeten'.



Journalistiek speelt een grote rol in het publieke domein. Schudson (2008) onderscheidt in de functie die journalistiek vervult in een democratie, zes taken: informeren, onderzoeken, analyseren, solidariteit oproepen, een publiek forum bieden en zo nodig het mobiliseren van de burger. Journalistiek voorziet burgers van betrouwbare informatie op basis waarvan zij hun politieke stem kunnen uitbrengen. Democratie kan namelijk alleen functioneren wanneer men in het publieke domein

kan vertrouwen op de informatie. De journalist is in dit opzicht tevens een watchdog (McNair, 2009). De journalist volgt de overheid en het bedrijfsleven en de manier waarop deze sferen macht uitoefenen. Hierbij is de journalist bemiddelaar tussen overheid en burger en houdt hij of zij leiders eraan verantwoording af te leggen aan het publiek. Ook zorgen media voor een dialoog tussen burgers en verschillende groepen in de maatschappij.

De journalistiek betekent veel voor de samenleving. En precies om die reden is het het waard om de werking van de journalistiek te evalueren. Want wat betekenen veranderingen in de mediawereld voor de samenleving?

### **2.2.3. De freelancer: watchdog wordt underdog?**

Slechts een beperkt aantal auteurs heeft zich beziggehouden met de relatie tussen freelance journalistiek en de kwaliteit van het nieuws. Daarin valt een onderscheid te maken tussen grofweg twee stromingen. De eerste, waarvan Das (2007) de voorloper is, is vrij negatief en benadrukt dat freelancers afhankelijk zijn van hun opdrachtgevers en dat deze afhankelijke positie de democratische functies van de pers niet ten goede komt. De tweede stroming, aangevoerd door Ryan (2009), is vele malen positiever. Vanuit dit perspectief hebben freelancers niet te maken met een vrijheidsbeperking, maar zijn ze juist heel vrij en bovendien tevreden met het werk dat ze verrichten. Sterker nog: Ryan claimt dat freelancers misschien zelfs beter het publieke belang kunnen dienen vanwege hun flexibele arbeidsomstandigheden en frisse blik. Ryan haalt dan ook fel uit naar Das. In haar ogen devalueert hij het werk van freelancers door hen te positioneren als afhankelijke arbeidskrachten. Zo wordt professionalisme iets wat gereserveerd is voor loondienststers, die makkelijker onafhankelijk en objectief kunnen handelen volgens de code van de journalistiek. Ryan gaat hier tegenin. In een enquête gehouden onder zowel vaste medewerkers als freelancers onderzocht Ryan hoe tevreden freelancers zijn in hun werk (*job satisfaction*). Haar conclusie: de verschillen zijn gering. Daar waar vaste werknemers hun (sociale) zekerheid hebben, daar hebben freelancers hun vrijheid. Het een wordt als het ware door het andere gecompenseerd. Er zou dus geen sprake zijn van een vrijheidsbeperking van freelancers die de kwaliteit van het nieuws op negatieve manier beïnvloedt.

In het wetenschappelijke veld staat Ryan met deze positieve benadering vrijwel alleen. De stroming die Das vertegenwoordigt, heeft verreweg de meeste aanhangers. Hij interviewde freelancers en constateerde dat deze zwak staan op het gebied van traditionele journalistieke normen op het gebied van onafhankelijkheid en objectiviteit. Dit ondanks de arbeidsethos die zij aanhangen, net als hun collega's in vaste dienst. De reden hiervoor is de onzekerheid die freelancers ervaren, die weer

invloed heeft op de onafhankelijkheid van de positie die zij innemen. Ze spelen het spel van de journalistiek namelijk volgens de regels zoals de werkgever die heeft bepaald. Waar in zijn optiek loondienstverleners vrij zijn om te gaan en staan waar ze willen, voelen freelancers de druk om binnen de structuur van de nieuwsorganisatie te passen. Freelancers zijn dus geneigd om zich als een amoebe aan te passen aan elke situatie en te produceren wat van hen verwacht wordt. Dat is volgens Dex, Willis, Paterson & Sheppard (2000) een groot probleem, want onafhankelijkheid is een van de kernwaarden van de journalistieke professie.

Bij beide stromingen zijn kanttekeningen te plaatsen. Zo lijkt Ryan nauwelijks oog te hebben voor de negatieve kanten van het freelance bestaan. Das, op zijn beurt, lijkt bepaalde aspecten van de journalistieke arbeidsrelaties niet te kunnen of willen zien. Want geldt het niet voor werknemers in het algemeen dat ze in enige vorm afhankelijk zijn van hun werkgever, of ze nu loondienstverlener of freelancer zijn? In beide gevallen is het de werkgever die de regels van het spel bepaalt. Waarom zou de freelancer dan zwakker staan? Men zou zelfs kunnen stellen dat freelancers door hun relatieve onafhankelijkheid neutralere journalistiek bedrijven en dat loondienstverleners meer dan freelancers naar het hoofdredactionele beleid buigen.

Opmerkelijk is dat freelance journalisten zelf een duidelijke mening lijken te hebben. Van Westerloo, voormalig hoofdredacteur van De Groene Amsterdammer en Vrij Nederland vat deze samen: 'Om kort te gaan: elke redactie kent een zekere zelfcensuur die je, als je heel positief bent, ook de identiteit van het blad kunt noemen. Daar heb je als mens metzonderbaan geen last meer van. Dat is wat u zegt, mijnheer, erg bevrijdend' (Van Westerloo in Van der Boomen & Bron, 2004: 9). Met andere woorden: deze freelancer voelt zich vrij. Volgens deze uitspraak zou freelance werk dus juist de democratische functie van de pers ten goede moeten komen en verkeren freelancers dus niet, zoals veelal in de wetenschappelijke literatuur wordt beweerd, in een *underdog*-positie. Toch is niet met zekerheid te zeggen of dat voor alle freelance journalisten in Nederland geldt. Er is zelden onderzoek gedaan naar de positie van Nederlandse freelance journalisten.

### **2.3. Ontwikkelingen in en rondom het journalistieke veld**

In paragraaf 2.1. is uiteengezet hoe volgens Bourdieu de journalistiek een machtsveld is waarop verschillende machten van buiten- en binnen af van werking zijn. Hierdoor is het veld onderhevig aan constante verandering. Deze paragraaf gaat verder in op recente ontwikkelingen in het journalistieke veld. Deze ontwikkelingen hebben verschuivingen in het veld teweeggebracht, waardoor onder andere de groep

freelancers groeide. Er is over deze ontwikkelingen veel geschreven waarbij steeds een andere invalshoek centraal stond, of het nu ging om technologische-, economische-, maatschappelijke- of arbeidssociologische effecten. Veelal maakten de auteurs elk een lijstje met de (volgens hen) belangrijkste invloeden. Bovendien bleken al deze soorten effecten elke keer weer onderling met elkaar te zijn verbonden: ze versterken elkaar of vloeien uit elkaar voort. Dit alles maakt het lastig om de ontwikkelingen in de mediawereld op een eenduidige manier te schetsen. Een compleet beeld schetsen is dan ook niet mogelijk, wel is getracht een overzicht te geven van verschillende ontwikkelingen die zich in de mediawereld voltrekken. Hierdoor ontstaat meer inzicht in de groeiende groep freelancers en de mediawereld waarin ze werken.

Uitgaande van de literatuur kunnen we de invloeden op de journalistiek in drie verschillende categorieën plaatsen. Dit zijn ten eerste bredere maatschappelijke ontwikkelingen, ten tweede technologische ontwikkelingen en ten derde economische ontwikkelingen. In de laatste paragraaf van dit hoofdstuk staat omschreven wat deze invloeden betekenen voor de arbeidssociologische situatie in nieuwsorganisaties.

### **2.3.1. Bredere maatschappelijke ontwikkelingen**

Van verschillende kanten wordt geroepen dat het niet goed gaat met de journalistiek. Kijk-, luister- en leesaantallen dalen waardoor de serieuze journalistiek een andere, geringere functie krijgt, aldus Drok (2007). In de strijd om de kijker, luisteraar en lezer worden traditionele journalistieke waarden meer en meer losgelaten. De oorzaak hiervan legt Drok uit aan de hand van de 5 *i*'s: informatisering, informalisering, internationalisering, intensivering en individualisering. Deze maatschappelijke ontwikkelingen beïnvloeden de toekomst van de journalistiek.

De eerste *i*, informatisering heeft betrekking op het maatschappelijke fenomeen waarbij het verspreiden van informatie op grote schaal plaatsvindt. Drok geeft aan dat verschillende organisaties, van zowel overheid als bedrijfsleven, zich tot het publiek richten zonder dat daar journalisten aan te pas komen. Ze hebben hun eigen website, versturen digitale nieuwsbrieven, gebruiken Twitter en Facebook en ga zo maar door. Ook burgers nemen vaker het heft in eigen hand en richten zich bijvoorbeeld via blogs op informatieverspreiding. Dit heeft consequenties voor de journalistiek. Die is in mindere mate de mediator waar McNair over schreef. Bedrijven en burgers beschikken nu immers ook zelf over middelen waarmee ze hun boodschap over kunnen brengen. Journalistiek krijgt daardoor minder een beschrijvende en veel meer een duidende functie (RMO, 2003; Bujs, 2008).

Een andere ontwikkeling is informalisering, welke zich kenmerkt door de verkleinde sociale afstanden in de maatschappij. De sociale verhoudingen zijn veranderd en dat heeft gevolgen voor de status van bepaalde beroepen. 'Het betekent ook dat gezag en geloofwaardigheid niet langer automatisch met de functie meekomen, maar elke dag opnieuw moet worden verdiend.' (Drok, 2007: 11). Ook de Raad Maatschappelijke Ontwikkeling (2003) ziet deze trend van informalisering. Ze benadrukt dat het de media zelf zijn die hebben bijgedragen aan deze trend, met name media zoals televisie en internet. Ze geven het volk een stem. Als voorbeeld noemt de RMO infotainment-programma's waaraan zowel burgers als politici kunnen deelnemen. Deze programma's hebben het motto van 'een gezellig gesprek', maar hun informatieve functie ervan moet niet onderschat worden. Ze zorgen ervoor dat burger en politicus nader tot elkaar komen. In het televisietijdperk fungeren dit soort programma's belangrijke fora in het publieke domein (Brants, 1998).

De derde *i* die Drok noemt is internationalisering, al dekt deze term niet de volledige lading van de zich voordoende trend. Want naast internationalisering is er tegelijkertijd ook sprake van lokalisering. Omdat bestaande media vooral informatie verspreiden op nationaal niveau, brengt deze ontwikkeling veranderingen met zich mee. Zo raakt bestaande kennis op het gebied van bijvoorbeeld het bereiken van het publiek, netwerken en routines verouderd. Internationalisering en lokalisering zorgt er dus voor dat de journalistiek zich op een andere manier moet organiseren. De RMO constateert dat er als gevolg van internationalisering nationale zenders moeten concurreren met de nieuwere internationale of transnationale zenders, zoals BBC World, CNN en Al Jazeera. Ook burgers ondervinden sinds de opkomst van Internet en satelliet de gevolgen van internationalisering: ze kunnen zelf steeds sneller contact leggen met de andere kant van de wereld en vernemen bijvoorbeeld via de televisie live gebeurtenissen die zich daar voordoen.

Drok noemt als vierde maatschappelijke trend 'intensivering'. Het gaat hier om de toenemende behoefte aan spanning, beleving en emotie. Dit levert journalistiek dilemma's op. Gaat de journalistiek mee in deze maatschappelijke ontwikkeling en volgt ze de behoefte van de kijker en luisteraar, of blijft ze haar eigen idealen trouw? Dit heeft ook gevolgen voor de infotainment-programma's waar de RMO en Brants over schreven. Deze moeten constant een balans proberen te vinden tussen een intensiverende en een serieuze benadering van het nieuws. Al met al staat de journalistiek ook door intensivering van het media-aanbod voor een uitdaging.

De vijfde en laatste trend is individualisering. Drok verwijst hiermee naar de ontwikkeling dat de geïndividualiseerde consumenten op maat gesneden informatie wensen. Drok: 'De samenleving fragmenteert en individualiseert. HP/De Tijd heeft de

tijdgeest recentelijk weer eens ouderwets kernachtig aangeduid met: 'Ik.nl' (Drok, 2007: 10). Dit betekent dat de wens van het publiek niet aansluit bij datgene wat de journalistiek al decennia lang gewend is: een product de wereld in sturen, bedoeld voor een bepaalde breed gedefinieerde doelgroep of gemeenschap. Buijs (2008), een andere auteur die aandacht aan dit onderwerp besteedt, vindt het in dat opzicht logisch dat wanneer sociale verbanden niet meer of anders functioneren dan voorheen, oude media zoals krant of televisie de gevolgen daarvan merken.

*Nieuwe collectiviteiten ontstaan ook door allerlei vormen van informatievoorzieningen, amusement en reclame waarin media invloed uitoefenen op verlangens en verwachtingen van mensen. Deze zogeheten lichte gemeenschappen worden gekenmerkt door losse banden tussen mensen die zich tot dezelfde sociale, politieke of culturele hypes voelen aangetrokken. (Buijs, 2008: 47)*

Volgens Bardoel (2010) is deze individualisering een typisch kenmerk van de overgang van de moderne naar de postmoderne tijd. Natuurlijk was het vooral de techniek die de overgang van we- naar *i-media* mogelijk maakte, maar de reden dat de technologische trends zich zo snel ontwikkelden heeft alles te maken met de sociologische voedingsbodem. Individualisering doet zich al sinds een halve eeuw geleden op allerlei maatschappelijke terreinen voor, aldus Bardoel. Hij ziet individualisering, samen met de evoluerende mediatechnologie en de commercialisering van de mediasector zelf, als een van de drie stuwende krachten achter de huidige stand van zaken in de journalistiek.

Costera Meijer (2009) stelt dat de individualisering van de media als gevolg heeft dat de mediagebruiker zich emancipeert. Deze bepaalt vooral zelf wat hij of zij wil kijken. Er is dus volgens haar niet langer sprake van een top-down model waarbij de journalist degene is die bepaalt wat het nieuws van de dag is. De mediagebruiker selecteert en kiest zélf. Dat betekent voor mediaorganisaties dat ze hier rekening mee moeten houden. Wie dat niet doet, voorspelt Costera Meijer, dreigt zijn kijkers, lezers of luisteraars te verliezen. Het mag duidelijk zijn dat informatisering, informalisering, internationalisering, intensivering en individualisering een uitdaging zijn voor de journalistiek.

### **2.3.2. Technologische ontwikkelingen**

Volgens Nies en Pedersini (2003) zijn het naast deze maatschappelijke veranderingen voornamelijk technologische en economische factoren die verantwoordelijk zijn voor de groeiende groep freelancers in de journalistiek. Zij schetsen in hun rapport voor de *European Federation of Journalists* hoe ICT het mogelijk maakt om meer autonoom te werken en ver doorgevoerde kostenbesparingen het aantal vaste aanstellingen beperkt. Deze en de volgende subparagraaf richt zich dan ook op de

technologische en economische invloeden op de mediasector. Zoals al ter sprake kwam in de inleiding van deze paragraaf over ontwikkelingen in en rond het journalistieke veld, zijn deze ontwikkelingen onderling met elkaar verbonden: ze versterken elkaar of vloeien uit elkaar voort. Dat is ook zo met economische en technologische ontwikkelingen. Zo maakt enerzijds de economie onderzoek naar nieuwe technologische mogelijkheden mogelijk en anderzijds kan technologische vooruitgang zorgen voor een groeiende economie. Dit is een belangrijk uitgangspunt om het nu volgende te begrijpen.

Technologie is volgens Deuze (2009) 'a supercharger of emerging trends and developments affecting the work of journalists' (Deuze, 2009: 82). Wie de literatuur over dit onderwerp leest, komt tot de conclusie dat de invloed van technologie op de media tweeledig is. Enerzijds zorgen technologische ontwikkelingen voor beperkingen van de journalistiek. Zo biedt internet een informatieplatform waarvan de journalistiek concurrentie ondervindt. Zoals in de vorige paragraaf geschetst, kan de geëmancipeerde burger zelf zijn nieuws kiezen. Bardoel zegt dan ook: 'De technologie die traditioneel een belangrijke bondgenoot van de journalistiek was, wordt nu een geduchte tegenpool' (Bardoel, 2011: 6). De reden is simpel: aan de nieuwe informatieplatforms komen steeds minder journalisten te pas. Dat betekent een grote omwenteling voor de beroepsgroep.

Anderzijds biedt technologie mogelijkheden. Wanneer Bardoel dan ook zegt dat technologie voornamelijk negatieve effecten op de journalistiek heeft, is niet iedereen het met hem eens. De journalist profiteert namelijk ook van nieuwe apparatuur en toepassingen (Raad Maatschappelijke Ontwikkeling, 2003). Nieuwe media maken het werk van de journalist beslist makkelijker, bijvoorbeeld bij het achterhalen van officiële informatie van instanties, het natrekken van personen of het bemachtigen van beeldmateriaal van plekken waar niet of nauwelijks journalisten komen. Volgens Costera Meijer (2009) verruimden recente technologische ontwikkelingen de mogelijkheden om informatie te verzamelen, met nieuwe journalistieke praktijken als gevolg. Denk hierbij aan de weblog, online journalistiek en participerende journalistiek. Bovendien heeft technologische verandering, zoals Hazelkorn (2001) zegt, altijd al centraal gestaan in de radio- en televisiewereld.

Technologie verandert de beroepsstructuur van de journalist. Hazelkorn ziet door voortschrijdende techniek vooral dat het productieproces versimpeld wordt. In totaal beschrijft ze zes gevolgen van de introductie van nieuwe technologieën: het aantal voltijd banen neemt af, het aantal freelancerbanen neemt toe, de scheiding tussen technische- en productiestaf vervaagt, de productieteams worden kleiner, er is steeds meer programma-inkoop via externe productiebedrijven en het mediawerk wordt steeds meer een routine omdat het minder dan voorheen berust op de



specifieke vaardigheden van de journalist. Hazelkorn constateert dit bij Ierse televisieomroepen, maar geeft aan dat het aannemelijk is dat deze trend voor alle landen en media geldt. Technologie maakt het dus mogelijk om efficiënter te werken.

### **2.3.3. Economische ontwikkelingen**

Zoals uit de vorige subparagraaf bleek, klinken er in de omschreven technologische invloeden ook al economische ontwikkelingen door. Efficiëntie, door de techniek mogelijk gemaakt, speelt in de mediasector een steeds grotere rol. De aspecten van economische ontwikkelingen betreffen echter een veel groter gebied dan efficiëntie in het arbeidsproces alleen. Drok (2007) vat er een aantal samen door tegenover zijn *vijf i's*, ontwikkelingen aan de maatschappelijke kant van de media, de vier *c's* te plaatsen. Deze geven trends aan in de bedrijfstak zelf, te weten commercie, concurrentie, convergentie en concentratie. Wat heeft bijgedragen aan deze ontwikkeling, is wat Drok de 'machtsovername van managers' noemt. Zoals hij zegt: 'Media zijn business' (Drok, 2007:13). Het zijn bedrijven die worden aangestuurd zoals elk ander commercieel bedrijf.

De eerste *c* die Drok constateert, namelijk commercialisering, wordt door McManus gedefinieerd als 'Any action intended to boost profit that interferes with a journalist's or news organization's best effort to maximize public understanding of those issues and events that shape the community they claim to serve' (McManus, 2009: 219). Er is in deze benadering dus sprake van twee tegengestelde belangen: het belang om winst te maken en het belang van het uitvoeren van de democratische journalistieke functie. Critici beschuldigen de journalistiek ervan dat ze zich steeds meer toelegt op sensatie en drama om zo maar zo veel mogelijk nieuws te verkopen. Er wordt, met andere woorden, steeds meer *soft news* gebracht en minder van *hard news*, het soort nieuws dat politiek, sociaal en economisch debat stimuleert (McNair, 2009).

Deze tegenstelling tussen commercie en democratische functie is van alle tijden. In 1919 constateerde Weber (1999) een commercialisering van de pers. Ruim 75 jaar later deed Bourdieu (1996) eenzelfde constatering. Bourdieu, die 2002 stierf en zo vooral de aanloop naar informatiesamenleving meemaakte, had felle kritiek op de mediawereld. In zijn optiek volgt de mediawereld de logica van de commercie die zich uit in een kijkcijfermentaliteit. Deze kijkcijfermentaliteit is sterk gekoppeld aan concurrentie, want wie zo veel mogelijk kijk-, lees- of luistercijfers scoort, int ook een groter bedrag aan advertentie-inkomsten. Het gevolg is dat nieuwsproducten een homogeen goed worden. Bourdieu vindt dat er tegenwoordig overal wordt gedacht in termen van commercieel succes en dat vindt hij zeer verontrustend, omdat dan

niet meer de kwaliteit van het nieuws centraal staat, maar alleen datgene wat scoort.

Ook Bardoel (2010) heeft zich uitgesproken in zijn zorg om commercialisering van de media. In zijn ogen heeft commercialisering grote gevolgen voor de diversiteit aan opinies die het publiek voorgeschoteld krijgt. Hij vindt echter niet dat er sprake is van homogenisering, maar van pluriformiteit en polarisatie: media bieden volgens hem een podium aan diverse uitgesproken opinies, waarbij gematigde meningen het onderspit moeten delven. De tegenstellingen worden dus groter. Al met al drukt commercialisering duidelijk zijn stempel op de mediawereld. Toch klinkt er ook hoop, zoals van Paling die zegt: 'Zolang er genoeg mensen zijn die kennis en inzicht belangrijker vinden dan roddel en achterklap, en zolang er genoeg lezers zijn die daarvoor ook willen betalen, zullen er ondanks alle crises altijd kwaliteitskranten blijven bestaan' (Paling, 2010: 125).

Commercialisering gaat hand in hand met concurrentie, de tweede c. In Nederland heeft de ontzuiling in grote mate bijgedragen aan de toename daarvan, aldus de RMO. Burgers zijn niet langer gebonden aan politiek-ideologische organisaties en dus ontstond een verscherpte concurrentie om de aandacht van de lezer, kijker en luisteraar. Want waar tot de jaren '90 de krant en de publieke omroep domineerden, dienden zich daarna snel en veel alternatieven aan (Bakker, 2010). Denk hierbij aan de introductie van de commerciële omroepen en meer recent de beschikbaarheid van gratis dagbladen als Metro en Spits en nieuwssites op het internet, die ook op de dagbladenmarkt de concurrentie hebben aangescheept (Paling, 2010). De opties van de consument zijn de afgelopen decennia enorm uitgebreid. 'Het zuil- en groepsgewijs geordende mediaveld van nog geen halve eeuw geleden veranderde in een vechtmarkt van betaalde en gratis kranten, publieke en commerciële zenders, beroepsjournalisten en amateurproducenten van content, satelliet-tv, kabel- en mobiele diensten en internet' (Buijs, 2008: 44). Een derde c die Drok omschrijft, convergentie, hangt nauw samen met concurrentie. Convergentie houdt in dat woord, beeld en geluid elkaar ontmoeten zoals dat bijvoorbeeld op het internet gebeurt. In principe is dit dus een technologische ontwikkeling, maar wel eentje met economische gevolgen. De consument is zelf de baas en navigeert door een enorme berg van snelle en gratis informatie. Hierdoor hebben krant en televisie meer concurrentie dan ooit.

Tot slot is er volgens Drok steeds meer sprake van mediaconcentratie. Dit is het gevolg van fusies en overnames die de afgelopen decennia hebben plaatsgevonden. Volgens het Commissariaat voor de Media is er sprake van een wet van drie: er zijn namelijk zowel drie grote spelers op de dagbladenmarkt (De Telegraaf, PCM & Wegener) en drie op de televisiemarkt (NOS, RTL & SBS) (in Drok,

2007: 12-13). De fusies en overnames vonden vooral plaats sinds de jaren '90, toen regeringen wereldwijd hun beleid versoepelden en digitale technologieën zich ontwikkelden (Deuze, 2009).

De hierboven omschreven vorm van concentratie wordt ook wel horizontale concentratie genoemd: er zijn steeds minder spelers op dezelfde markt. De RMO geeft aan dat er ook sprake is van zogeheten verticale concentratie. Hierbij bezitten aanbieders mediaorganisaties die buiten hun oorspronkelijke markt liggen. Voorbeelden hiervan zijn krantenconcern De Telegraaf en internetbedrijf UPC, die belangen hebben in de televisiezender SBS. Voor zowel horizontale als verticale concentratie geldt dat veel mediawetenschappers zich zorgen maken over de effecten hiervan op de autonomie van de individuele journalist (Hesmondhough, 2007). Deuze geeft aan dat media-eigenaren tot op grote hoogte invloed hebben op de besluitvormingsprocessen binnen een organisatie, maar dat journalisten in het dagelijks reilen en zeilen niettemin een bepaalde vorm van autonomie bezitten. Nieuwsorganisaties bepalen met andere woorden de grenzen waarbinnen journalisten zich kunnen bewegen.

Naast deze toenemende commercie, concurrentie, convergentie en concentratie zijn de advertentieinkomsten de afgelopen jaren gedaald. Dat maakt het extra lastig voor de mediasector (Bakker, Deuze). De economische crisis van 2009 deed er nog eens een schepje bovenop. Deze heeft in grote mate bijgedragen aan het dalende advertentie-inkomsten (Tijdelijke Commissie Innovatie & Toekomst Pers, 2009). Wegener maakte een gigantische daling mee: de advertentieomzet in het eerste kwartaal van 2009 daalde met maar liefst 21% was gedaald ten opzichte van hetzelfde kwartaal een jaar eerder. Gezien dit alles is het niet gek dat het aantal vaste aanstellingen op nieuwsredacties kromp (Mosco, 2009).

#### **2.3.4. Gevolgen voor het journalistieke veld**

De productie van nieuws is onder druk is komen te staan. Technologische voortgang scheidt nieuwe mogelijkheden, terwijl economische invloeden ervoor zorgen dat deze mogelijkheden kunnen worden benut.

In het bovenstaande komt naar voren dat de journalistiek twee tegenstrijdige eigenschappen heeft. De Raad Maatschappelijke Ontwikkeling verwoordt deze ambivalentie op de volgende wijze: 'Enerzijds is [de journalistiek] een sociale institutie met een duidelijke maatschappelijke functie en een groot democratisch belang. Anderzijds is het ook gewoon een industrie die winst moet maken' (RMO, 2003: 28). Er bestaat dus een constante spanning tussen commercie en de democratische functie. In deze tijden blijkt de commerciële invalshoek zwaar te wegen. Sommigen, zoals Buijs (2008), bekritisieren de mediasector om de bezuinigingen op redacties die

worden uitgevoerd vanuit commercieel oogpunt. Het gaat hier om het verdwijnen van honderden arbeidsplaatsen. Paling (2010) schrijft dat de NVJ schat dat tussen 2006 en 2010 een kwart van het personeelsbestand in de dagbladsector geschrapt is. Buijs betreurt het dat diverse posten zoals buitenlandcorrespondenten, economische verslaggevers en andere gespecialiseerde functies werden wegbezuinigd.

Tegenover het aantal wegbezuinigde functies staat dat het aantal freelancers in de mediasector de afgelopen jaren sterk is toegenomen. Bakker (2010) noemt deze verschuiving van vaste krachten naar freelancers een manier om de opengevallen gaten te dichten. Deuze (2009) concludeert terecht dat nieuwsproductie meer en meer een gefragmenteerde activiteit is. Reorganisaties leggen het individu meer eigen verantwoordelijkheid op, terwijl de technologie het mogelijk maakt om individueel te werken. De productie van nieuws vindt meer en meer niet alleen binnen maar ook buiten de traditionele nieuwsorganisaties plaats. Freelancers nemen volgens Bakker dan ook een aparte plek in de mediawereld in: 'Ofschoon deze professionals zich deels buiten de fysieke media-omgeving bevinden, wordt hun werk wel binnen een traditionele omgeving gepresenteerd en manifesteren ze zich ook als professionals. Strikt genomen bevinden ze zich niet buiten de bestaande infrastructuur, maar aan de rand daarvan' (Bakker, 2010: 252). Op die manier ziet de praktijk van freelancers er anders uit dan die van hun collega's met een vaste aanstelling.

De trend van het toenemende aantal freelancers is internationaal aantoonbaar, getuige de rapporten van Nies & Pedersini (2003) voor The European Federation of Journalists en Walters, Warren & Dobbie (2006) voor The Internationale Federation of Journalists. Volgens Nies en Pedersini is de 'gouden eeuw' van de traditionele journalist met een vaste aanstelling voorbij. In plaats van een zekere, stabiele werkomgeving is er steeds meer sprake van het uitbesteden van werk middels kortlopende contracten. Deze vorm van arbeid neemt een steeds prominentere plek in in de media-industrie, vooral wanneer het gaat om jonge journalisten. Nies en Pedersini geven aan dat dit consequenties heeft voor de organisatie van nieuwsproductie. Bovendien verandert de relatie tussen werkgever en werknemer en ook die tussen werknemer en vakbond, omdat deze relatief nieuwe groep werkers anders behoeften en belangen heeft dan dat de groep loondiensters.

In het meer recente onderzoek van Walters, Warren & Dobbie wordt deze ontwikkeling als van dramatische omvang bestempeld. Daarbij maakt dit drietal zich zorgen om de kwaliteit van het nieuws: deze veranderingen brengen in hun ogen de rol van de media als *watchdog* van de democratie in gevaar, zoals in subparagraaf 2.2.4. is uitgelegd. Volgens hen dragen lage lonen en onzekerheid van arbeid bij aan een minder kritische verslaggeving, mediaconcentratie draagt mogelijk bij aan

zelfcensuur. Geen rooskleurig beeld dus. Maar of deze verbanden nu bestaan of niet, zowel Nies en Pedersini en Walters, Warren & Dobbie benadrukken dat de positie van freelancers anders is dan die van hun collega's in vaste dienst. Wat betreft arbeidsvoorwaarden en werkomstandigheden zijn ze veelal slechter af.

Juist omdat freelancers flexibel inzetbaar zijn, hebben ze op de lange termijn geen baanzekerheid en ook geen financiële zekerheid. Elke keer moeten ze maar afwachten of ze voor een aaneengesloten periode werk hebben. Voor de opdrachtgever levert het inschakelen voor een freelancer kostenvoordeel op omdat de freelancer zelf zaken zoals pensioen, ziekteverlof, vakantiegeld en zwangerschapsverlof moet betalen (Paterson, 2001). Die lasten zijn niet altijd makkelijk te dragen, aangezien freelancers gemiddeld minder verdienen dan hun collega's in vaste dienst (Nies & Pedersini, 2003). Daarnaast krijgen ze geen vergoeding voor de overuren die ze maken en krijgen ze minder mogelijkheid tot trainingen, omdat ze deze gewoonlijk niet krijgen aangeboden vanuit een organisatie (Walters, Warren & Dobbie, 2006). Al deze extra's komen voor de rekening van de freelancer zelf. De freelancer heeft dus naast een grote vrijheid ook een grote eigen verantwoordelijkheid.

## **2.4. Onderzoek naar freelancers in de journalistiek**

Studies naar freelancers in de journalistiek zijn schaars. Bovendien verschillen de studies die er zijn onderling enorm in insteek. De ene academicus kiest ervoor de mediasector in z'n algemeenheid te bestuderen, terwijl de ander specifiek kiest voor de wereld van schrijvende pers of die van radio en televisiewereld. Verder lopen de vragen die in deze onderzoeken gesteld worden vrij ver uiteen. Dat is ook geen wonder: het onderwerp heeft verschillende facetten. Zo is het mogelijk om naar feitelijke gegevens te kijken, zoals loon en het aantal gewerkte uren, maar ook naar tevredenheid met het werk en attitudes op diverse gebieden zoals professionaliteit, normen, vaardigheden, onderwijs en flexibiliteit. Hoe verschillend de onderzoeken naar freelancers in de journalistiek ook zijn, uitgangspunt is dat er dat de bevindingen universeel gelden voor freelancers in welke deelbranche van de media dan ook. Overigens zijn een aantal van deze studies al eerder in deze thesis aangehaald. Aan het eind van deze paragraaf worden terugkerende thema's uit de literatuur besproken.

### **2.4.1. Internationaal vergelijkend onderzoek**

Hoewel de verschillen tussen de studies groot zijn, hebben ze ook dingen gemeen. Zo baseren ze zich vrijwel allemaal op interviews en enquêtes met freelancers. De studies van Nies & Pedersini (2003) en Walters, Warren & Dobbie (2006) zijn hierop een uitzondering. In naam van respectievelijk de The European- en International Federation of Journalists namen ze enquêtes af onder verschillende vakbonden en doen dus onderzoek op een hoger niveau. Deze rapporten brengen vooral in kaart het feitelijk met freelancers gesteld is op internationaal niveau. Het gaat hier om aantallen, rechten, sociale zekerheid en organisatie van freelancers. Resultaten wijzen uit dat de groep freelancers omvangrijk is en ten tijde van het onderzoek groeiende is. Walters, Warren en Dobbie melden dat op wereldniveau maar liefst 30% van de vakbondsleden freelancer is. Hun loon is summier en bovendien is het vaak de werkgever die de tarieven bepaalt. Onderhandelen hierover is vrijwel niet aan de orde. Daarbij missen ook journalistieke freelancers in tegenstelling tot hun collega's in loondienst het recht op uitbetaling van overuren, pensioen, ziekteverlof, zwangerschapsverlof en vakantiegeld. Beide studies benadrukken dat baanonzekerheid leidt tot minder kwalitatief nieuws vanwege de afhankelijkheid van de freelancer. Gezien de het grote aandeel van freelancers in de staf van de media en hun rol in de democratie is het belangrijk om hun positie te versterken. Veel freelancers zijn economisch afhankelijk, terwijl goede journalistiek in grote mate onafhankelijkheid en autonomie vereist. In beide onderzoeken komen de auteurs tot de conclusie dat freelancers zich moeten verzamelen en dat er meer collectief actie moet worden ondernomen wat de rechten en de onderhandelingspositie van freelancers versterkt.

### **2.4.2. Nederlands onderzoek**

Het meest in het oog springende onderzoek is dat van IJdens & Van der Werff (2004). Dit is namelijk het enige onderzoek dat serieus onderzoek heeft verricht naar de positie van *Nederlandse* freelancers in de journalistiek. Het richt zich uitsluitend op freelancers in de gedrukte media. Het onderzoek is zeer breed. De auteurs schetsen een portret van de freelance journalist, de markt voor journalistiek werk, de manieren van opdrachtverving, verdeling van werk en inkomsten, de sociaaleconomische positie van freelancers, problemen en knelpunten en meningen en opvattingen over het vak. De groep onderzochte freelancers is gemiddeld 43 jaar oud en bestaat voor iets meer dan de helft uit mannen en voor bijna de helft uit vrouwen. Deze hoogopgeleide groep begeeft zich op een competitieve markt. Is een opdracht eenmaal binnen, dan is er weinig sprake van onderhandelen: de freelancers voegen zich veelal naar de conventies die er binnen de mediawereld heersen. Ze worden

dan per uur, per stuk of per woord betaald en het uiteindelijke bedrag komt vrijwel altijd lager uit dan het adviestarief dat de NVJ geeft. Overigens kunnen de inkomsten onderling sterk verschillen. In 2001 verdiende bijna 60% minder dan het gemiddelde en 10% verdiende meer dan twee keer het gemiddelde, aldus IJdens en Van der Werff. Ook de meningen over het vak lopen ver uiteen. Veelal is ontevredenheid over de eigen positie in verband te brengen met de sterkte van de eigen concurrentiepositie. Al met al omschrijven deze auteurs Nederlandse schrijvende freelancers als 'een bonte verzameling van mannen en vrouwen van verschillende leeftijden en met diverse achtergronden' (IJdens & Van der Werff, 2004: 11) die minder verdienen dan collega's in loondienst, maar die meer waarde hechten aan hun vrijheid en autonomie, dan aan materiële en zakelijke aspecten van het vak.

Dit onderzoek bevat waardevolle informatie ondanks dat het uitsluitend gebaseerd is op enquêtes. Het kan echter slechts in beperkte mate antwoord geven op de vraag waarom freelancers van een bepaalde mening zijn toegedaan, terwijl het juist zo interessant is om freelancers hiernaar te vragen. Bovendien is het onderzoek van IJdens en Van der Werff inmiddels toch alweer zeven jaar oud en daarom wellicht enigszins achterhaald.

### **2.4.3. Buitenlands onderzoek**

Naast het comparatieve- en Nederlandse onderzoek waren er tijdens het schrijven van deze thesis in totaal zeven studies te vinden die vanuit een nationaal perspectief de positie van freelance journalisten bestudeerden. De onderwerpen en methoden in het onderzoek van Baines (1999), Das (2007), Dex, Willis, Paterson & Sheppard (2000), Paterson (2001), Platman (2004), Ryan (2009) en Storey, Salaman & Platman (2005) lopen zeer uiteen. Hieronder staat een kort overzicht van hoe deze studies eruit zien. Dit om aan te geven hoe divers onderzoek naar freelancers kan zijn. De volgende paragraaf behandelt alle steeds terugkerende thema's uit bovengenoemd onderzoek.

Baines is een van de pioniers op het gebied van onderzoek naar freelancers in de media. Onder Britse freelancers werden enquêtes afgenomen. De onderwerpen die hierbij aan bod kwamen zijn werk/privé-verhoudingen, samenwerking met collega's en het gebruik van technologieën. Das interviewde freelancers in Sydney en richtte zich met name op professionalisme. Dex, Willis, Paterson en Sheppard gebruikten enquêtes en dagboeken in onderzoek naar baanonzekerheid van Britse freelancers in de televisiewereld. Ook Paterson onderzocht freelancers in de Britse televisiewereld middels enquêtes, maar zijn onderzoek was breder dan dat van Dex et al. omdat hij ook naar inkomensverschillen en vereiste vaardigheden vroeg. Platman's onderwerp van studie was de oudere

freelancer, die ze middels interviews benaderde. Ryan gebruikte enquêtes om te vragen naar *job satisfaction*. Zij is overigens de enige auteur die een vergelijking maakt van freelancers met hun collega's in vaste dienst. Ook het onderzoek van Storey en Salaman & Platman is breed. Zij onderzochten middels interviews de praktische kant van het freelance bestaan en de manier waarop freelancers zichzelf beschouwen.

Wat al deze auteurs met elkaar gemeen hebben is dat ze vrijwel allemaal pessimistisch zijn over freelance werk. Freelancers werken onder slechte arbeidsvoorwaarden en ervaren meer onzekerheid. Uitzondering is Ryan. Zij is juist verrassend positief over freelance werk. In haar optiek ervaren freelancers een groot gevoel van autonomie, wat alle nadelige kanten van het vak in het niet doet vallen.

#### **2.4.4. Terugkerende thema's**

Hoewel de hier besproken onderzoeken naar journalistieke freelancers uiteenlopen, hebben ze ook op veel vlakken raakpunten. Veel daarvan zijn al in dit hoofdstuk aan bod gekomen. Hieronder een zevental terugkerende thema's.

##### **Autonomie, flexibiliteit en vrijheid**

Elk van de auteurs geeft aan dat autonomie, flexibiliteit en vrijheid voor veel freelancers de voornaamste redenen zijn om freelancer te worden. Zo'n 66 % van de Nederlandse freelancers in de printmedia gaf aan dat 'vrijheid om tijd naar eigen inzicht in te delen' de belangrijkste overweging was bij de keuze om als freelancer aan de slag te gaan. Op de tweede en derde plaats komen de mogelijkheid om zelf beslissen voor wie en waarover de freelancer schrijft (IJdens & Van der Werff, 2004: 29). Toch hebben freelancers volgens diverse auteurs te maken met een paradox van vrijheid: enerzijds zijn ze vrij, anderzijds zijn ze economisch afhankelijk van hun opdrachtgevers (Das, 2007). Dat zou tot een amoëbe-effect kunnen leiden, waarbij de freelancer zich in grote mate schikt naar de werkgever om maar opdrachten binnen te halen (Platman, 2004).

##### **Arbeidsvoorwaarden**

Het is duidelijk dat freelancers een achtergestelde positie innemen wanneer het gaat om arbeidsvoorwaarden. Ten eerste is hun honorarium vaak lager dan het adviestarief van de NVJ. Dit heeft mogelijk te maken met het feit dat freelancers in relatief grote mate concurrentie ondervinden van andere freelancers (IJdens & Van der Werff, 2004). Daarbij is het abominabel gesteld met de secundaire arbeidsvoorwaarden die ze genieten. Pensioen, arbeidsongeschiktheid, ziekteverlof, zwangerschapsverlof en dergelijke worden niet geregeld via de werkgever, omdat



de freelancer zijn werk op contractbasis doet. Ook trainingen en dergelijke komen voor rekening van de freelancer zelf. De IFJ en de EFJ raden vakbonden sterk aan om het debat hierover aan te zwengelen en om maatregelen te treffen die freelancers op dit gebied kunnen helpen.

### **Onderhandelingspositie**

Met de onderhandelingspositie van freelancers is het doorgaans matig gesteld. Slechts een derde onderhandelt altijd of meestal over honorarium, tijds- of teksteenheid. Dit hoewel freelancer hun opdrachtgevers vaak persoonlijk kennen (IJdens en van der Werff, 2004). De reden hiervoor is dat de freelancer door 'moeilijk te doen' zichzelf in de toekomst van werk kan beroven. Is er echter wel sprake van onderhandelen, dan is de kans dat het om een man gaat, aangezien mannen eerder onderhandelen dan vrouwen (Platman, 2004). Overigens bestaat er ook een groep freelancers die sterstatus heeft waardoor het voor hem of haar gunstiger is om te freelancen. De onderhandelingspositie van deze sterren is gunstig, omdat zij specifieke vaardigheden of een bepaald imago hebben wat ze voor werkgevers erg aantrekkelijk maakt ( Storey, Salaman & Platman, 2005).

### **Baanonzekerheid**

Baanonzekerheid wordt volgens Dex, Willis, Paterson & Sheppard (2000) als een probleem ervaren. Ongeveer een derde van hun respondenten geeft aan dat ze een intense hekel hebben aan onzekerheid. Slechts een vijfde bleek plezier te hebben aan de onzekerheid. Daarbij gaf ongeveer 76 % aan gestrest te raken door onzekerheid. Inkomen blijkt hiervoor een bepalende factor te zijn: hoe hoger het inkomen, hoe minder onzekerheid. Dex et al. geven vier strategieën die gehanteerd kunnen worden om onzekerheid tegen te gaan: het zoeken van andere opdrachten van diverse aard, netwerken, op de hoogte blijven van plannen van de werkgever of de mediasector achter zich laten. Volgens Paterson (2001) is juist deze baanonzekerheid de reden dat freelancers minder positief zijn over hun werk dan hun collega's in vaste dienst.

### **Auteursrecht**

Een andere heikele kwestie is auteursrecht. Het zijn met name schrijvende journalisten die met dit probleem te maken hebben. Het gaat hier om het beschermen van intellectueel eigendom en door het afdwingen van een vergoeding voor hergebruik van teksten. In 2004 had een kwart van de freelancers wel eens problemen met de opdrachtgever over de plaatsing van een tekst op internet (IJdens & Van der Werff,

2004: 7). Het is aannemelijk dat dit aantal sinds toen alleen maar toegenomen is, gezien de groei van nieuwssites zoals nu.nl.

### **Vrijheid in de keuze voor het freelancerbestaan**

De redenen waarom iemand voor een bestaan als freelance journalist kiest, lopen uiteen. Voor jonge studenten journalistiek is freelance werk een goede manier om toe te treden tot de arbeidsmarkt (Nies & Pedersini, 2004). De keuze om freelancer te worden is voor hen min of meer vanzelfsprekend, willen ze zich in de mediasector ontplooiën. Deze vanzelfsprekendheid geldt echter niet voor iedereen. Er is namelijk ook een groep journalisten die door herstructurering en boventaligheid zijn fulltime baan verloren heeft. Platman (2004) constateerde dat oudere professionals daarbij disproportioneel hard worden getroffen. Voor hen is freelance werk een van de weinige manieren waarop ze werkzaam kunnen blijven.

### **Professionalisme**

De schrijvers die zich aan het onderwerp professionalisme wagen (Das, 2007; Walters, Warren & Dobbie, 2006), benadrukken dat de veranderende werkomstandigheden invloed hebben op de vrijheid, rechten en professionaliteit van journalisten. In deze thesis wordt professionalisme opgevat in de zin van traditionele journalistieke waarden zoals deze zijn samengevat in de Code voor de Journalistiek. Zoals hier eerder al is aangegeven, zijn freelance journalisten economisch meer dan loondienstverleners afhankelijk van hun werkgever, wat de functie van de journalistiek als *watchdog* van de democratie ondermijnt. De onderliggende gedachte is dat de onzekerheid die freelancers in hun werk ervaren, zijn weerslag heeft op hun kritische verslaggeving en daarmee de kwaliteit van het nieuws (Das, 2007; Dex, 2000; Nies & Pedersini, 2003; Walters, Warren & Dobbie: 2006). Er ontstaat hier het al eerder genoemde Amoëbe-effect waarbij de freelancer zich naar de eisen van de werkgever schikt (Platman, 2004).

Dit laatste thema is buitengewoon interessant. De toename van het aantal freelancers heeft een verandering te weeg gebracht en het is de vraag wat deze verandering betekent voor de journalistieke praktijk en de kwaliteit van het nieuws. Is het inderdaad zo dat freelancers gevangen zitten in een paradox van vrijheid? Dat zij enerzijds hun vrijheden hebben en anderzijds beperkt worden door hun afhankelijkheid, waardoor zij op het gebied van professionalisme achter blijven bij hun collega's in vaste dienst? In de volgende paragraaf wordt het onderwerp professionalisering uitgediept.

De meeste van deze terugkerende thema's spelen een sleutelrol in dit onderzoek en de online interviews met freelance journalisten. We vinden ze in vereenvoudigde en samengevoegde vorm terug in hoofdstuk 3 en hoofdstuk 4.

## 2.5. Freelance journalistiek en professionalisering

Tot dusver hebben we gekeken naar de dynamiek tussen maatschappelijke velden en naar de dynamiek binnen het journalistieke veld en dan met name de positie die freelance journalisten innemen. Professionalisering speelt hierbij een grote rol. Professionalisering is de kwalitatieve verbetering van de werkzaamheden van de beroepsgroep. Het is voor freelance journalisten namelijk een onderscheidingsmechanisme om zich staande te houden in het maatschappelijke veld. De professionele normen en waarden die hieruit voortvloeien zijn aan verandering onderhevig. Hier een toelichting.

### 2.5.1. Journalistieke waarden als onderscheidingsmechanisme

Volgens Dooley (1997) moet professionele ontwikkeling worden uitgelegd aan de hand van een *power model*. Dit model veronderstelt dat professionalisering een zaak is van strijd om het krijgen of behouden van controle over de beroepsgroep. Dit gebeurt onder andere door educatie, het definiëren van de taken van de beroepsgroep, het aanhangen van een bepaalde arbeidsethos, het gecontroleerd toelaten van de nieuwkomers in de groep en indien door de overheid verplicht: het toezicht houden op de uitgegeven licenties om het beroep uit te oefenen. Hoe beter de groep hier in slaagt, hoe meer controle de beroepsgroep heeft. De leden die tot een professie behoren, vormen dan een duidelijk te definiëren groep. Ze delen namelijk eenzelfde jurisdictie, wat wil zeggen dat ze dezelfde soort de abstracte kennis en de vaardigheden bezitten om het vak uit te oefenen. Het brengt een bepaalde macht en aanzien met zich mee die insiders onderscheidt van outsiders. Dit onderscheid is niet natuurlijk, maar vloeit voort uit het verlangen van een groep mensen om schaarse bronnen, zoals speciale kennis of vaardigheden, om te zetten in sociale en economische beloning (Larson in Schudson & Anderson, 2009). Zo houdt professionalisering scheidingslijnen tussen professies in stand. Het geeft een groep een bepaalde status. Dit vertaalt zich in gelegitimeerde maatschappelijke rolpatronen. Op die manier is een professie een sociale constructie. Journalisten vormen een groep die volgens Berkowitz (1997) een *interpretive community* genoemd kan

worden: de leden delen een discourse en hebben een collectieve interpretatie van publieke gebeurtenissen.

Singer (2003) geeft professionalisering drie dimensies: een cognitieve, een normatieve en een evaluatieve. De cognitieve dimensie omvat de speciale kennis die een beroepsgroep heeft. Omdat deze zeer specifiek is, heeft de beroepsgroep hier een monopolie op. Het maakt haar onvervangbaar. Opleiding speelt een grote rol bij het aanleren van deze kennis. De tweede dimensie, de normatieve, heeft betrekking op gedragscodes en ethiek. Over het algemeen beroepen dit soort codes zich op een groter goed zoals het maatschappelijk belang. Denk hierbij aan de *watchdog* functie die in paragraaf 2.2. besproken is. De evaluatieve dimensie, tot slot, omvat de manier waarop de professionele gemeenschap zichzelf definieert. Ze claimt de enige te zijn die dat mag doen. Hierdoor houdt ze zichzelf in stand. Prestige en autonomie zijn hierbij sleutelwoorden.

Wanneer we deze drie dimensies toepassen op de journalistiek, stuiten we op een aantal problemen. Journalistiek is namelijk een vrij beroep. Iedereen, ongeacht opleiding en in principe zonder speciale kennis, kan toetreden. Op cognitief vlak staat de journalistiek dus niet bepaald sterk. Dat geldt ook min of meer voor de evaluatieve dimensie van de journalistiek: er bestaat geen duidelijk aan te wijzen, georganiseerde elite die de regels van het spel bepaalt. De journalistiek staat volgens Singer nog wel het sterkste in normatief opzicht. Journalisten hebben een fundamentele rol in de maatschappij als waakhond van de democratie. Beter geïnformeerde burgers betekent een betere participatie aan de democratie (McNair, 2009). Om die rol goed in te kunnen vullen hebben journalisten ethische codes opgesteld met als onderliggende gedachte dat de journalistiek de democratie moet dienen.

### **2.5.2. Journalistieke cultuur en beroepscode**

Beroepscode maken deel uit van de journalistieke cultuur. Van Vree en Deuze definiëren deze als 'Het geheel van denkbeelden, verhoudingen, stijlen en conventies, waarden en normen die zich doen gelden in de wereld van de schrijvende pers en de audiovisuele media en daarmee richting geven aan de journalistieke praktijken.' (in Deuze, 2004: 95).

Deuze (2004) onderscheidt vijf ideaaltypische waarden die hiervoor de basis vormen. Hij vat ze samen in stellingen die op de volgende bladzijde staan:

- *Journalisten zijn dienstverleners aan het publiek (als waakhonden van de openbare orde en de openbare zaak);*
- *Journalisten zijn onpartijdig, neutraal, objectief, eerlijk en (daardoor) geloofwaardig;*
- *Journalisten moeten in hun werk autonoom, vrij en onafhankelijk zijn;*
- *Journalisten werken op basis van actualiteit, urgentie (en dus) snelheid;*
- *Journalisten werken op basis van ethiek, validiteit en legitimiteit.*  
(Deuze, 2004: 78-94)

In Nederland wordt er aan deze waarden richting gegeven door de Code voor de Journalistiek, opgesteld door het Nederlands Genootschap van Hoofdredacteuren. Dit genootschap bestaat uit ruim honderd leden die (adjunct)hoofdredacteur zijn van dag-, week- en maandbladen en van journalistieke radio- en televisieprogramma's. In de kern komt het er in de Code voor de Journalistiek op neer dat berichtgeving waarheidsgetrouw en onafhankelijk moet zijn en dat nieuws fair en met een open vizier gemaakt moet worden.

Er is op dit moment veel discussie over het punt waarop de journalistiek is beland. Bardoel schreef in een samenvatting van zijn oratie op de website van De Nieuwe Reporter dat het met de journalistiek in de algemene perceptie uiterst beroerd gesteld is. Dat het debat hierover hoog kan oplopen zagen we in De Wereld Draait Door van 14 september 2010. Jort Kelder ging in debat met Pieter Storms over de kwaliteit van de journalistiek. Storms sprak van verloedering door commercialisering, amusement en het presenteren van meningen als feiten. Kelder vond dat Storms overdreef. En hoewel de verhitte discussie bol stond van aantijgingen in een persoonlijke vete, zagen we ook vooral twee tegengestelde stromingen in het denken over de journalistiek. Zoals Bardoel zei: 'Als journalisten als Pieter Storms en Jort Kelder met elkaar op de vuist gaan over de professionele ethiek, dan mogen we toch wel vaststellen dat deze diep in de journalistieke professie verankerd is'.

### **2.5.3 De individuele journalist**

Wat betekenen deze codes nu voor de vrijheid van de individuele journalist? Deze vrijheid is altijd het product van een voortdurend samenspel tussen de journalistieke ideologie en cultuur enerzijds, gecombineerd met de eigen visie en houding ten opzichte van het werk anderzijds (Deuze, 2004). Om te spreken in termen van Benson & Neveu (2004): ideologie en cultuur vormen de *structure*, de eigen inbreng is *agency*. Dit laatste begrip wordt door Deuze vrij vertaald als *beslissingsruimte*. Dit begrip geeft inzicht in hoeverre journalisten zich vrij voelen om in hun werk te doen en laten wat ze willen. Deze beslissingsruimte is voor een hoofdredacteur groter dan voor bijvoorbeeld een stagiair. Er is een constante wisselwerking tussen de eigen

voorkeuren en opvattingen en de structurele kenmerken van de nieuwsorganisatie zelf.

Het aanleren van journalistieke normen gebeurt middels socialisatie, aldus Deuze. Van nieuwkomers wordt verwacht dat ze zich aanpassen. Dit zorgt ervoor dat een nieuwsorganisatie zijn eigen herkenbare gezicht behoudt, evenals de interne eenstemmigheid over het te voeren beleid. Preston & Metykova (2009) stellen dat socialisatie zich zelden voltrekt via formele wegen. Jonge reporters leren *on the job* vaardigheden en normen. Over het algemeen oefent de nieuwsorganisatie geen grote controle uit: de banden in de newsroom zijn informeel. In plaats van directe controle is er sprake van wat Preston & Metykova *responsible autonomy* noemen: interventie is veelal minimaal om zo de journalist de ruimte te geven zijn of haar werk te kunnen laten doen.

#### **2.5.4. De freelancer**

Wat betekent dit alles voor de freelancer? Welke positie neemt deze in? Wat is zijn of haar beslissingsruimte? Zoals Bardoel (2010) terecht opmerkt staan freelance journalisten meer alleen. Ze maken minder deel uit van de centrale redacties en werken veelal vanuit huis. Daarom is het niet gek om te denken dat het socialisatieproces van freelancers anders verloopt dan werknemers in loondienst.

Een ding is zeker: de mediawereld verandert en de journalist zelf verandert mee. Ook journalistieke normen en waarden zijn aan die verandering onderhevig. Blanken & Deuze (2007) formuleerden negen belangrijke waarden voor de journalist van de toekomst. 'De Negen geboden voor een nieuwe journalistiek' worden ze genoemd. De eerste zeven, transparantie, betrokkenheid, dialoog, authenticiteit, creativiteit, betrouwbaarheid en verantwoording, borduren min of meer voort op de bestaande beroepscode. Het achtste en het negende 'gebod' slaan echter direct op zich voordoende arbeidssociologische ontwikkelingen. Het gaat hier respectievelijk om flexibiliteit en professionaliteit.

Een belangrijke professionele waarde voor de journalist van de toekomst is flexibiliteit. Daarvan zijn er vier categorieën. Functionele, tijdelijke, getalsmatige en financiële flexibiliteit. Dat betekent dat de journalist *multi skilled* is, hij of zij kan omgaan met *job rotation* en kan omgaan met steeds wisselende aanstellingen in wisselende projectteams, afhankelijk van wat de werkgever wenst en dat hij of zij betaald wordt middels prestatiegerichte beloningssystemen en succesafhankelijke honoraria (Deuze, 2007). Hiermee is de tijd voorbij waarin journalisten vaste contracten, lange termijnverbanden of gegarandeerd werk hadden. De nieuwe journalist moet ingesteld zijn op arbeidsonzekerheid en heeft in grote mate eigen verantwoordelijkheid voor zijn of haar succes.

Volgens Blanken & Deuze moet er daarom eens flink de bezem door het stoffige huis dat 'professionaliteit' heet, want de mediawereld heeft grote veranderingen ondergaan. Ze vatten ze op de volgende wijze treffend samen:

*[...] Het werk in de journalistiek is de laatste jaren behoorlijk overhoop gehaald. Nieuwe media veranderen en versnellen het nieuwsproces, de op politieke en maatschappelijke instituten gerichte beroeps cultuur is stevig onder vuur komen te liggen, toenemende commerciële belangen zorgen voor toegenomen werkdruk, terwijl; de arbeidszekerheid snel afneemt en nieuwe banen – als die er al zijn – bijna uitsluitend tijdelijke, freelance of anderszins los-vast zijn. Niets ligt meer vast, en de rol die de journalist zelf speelt nog het minst.*  
(Blanken & Deuze, 2007: 323-233)

Om die reden pleiten de auteurs voor een nieuwe soort van professionaliteit, namelijk van onderaf. De nieuwe journalist staat er namelijk alleen voor. Ze maken geen vast deel uit van een nieuwsorganisatie. Daarom is de nieuwe journalist als een pop-up: dat is niet alleen een irritant, lastig weg te klikken venster, maar nu ook een symbool voor de op zichzelf vertrouwende, zichzelf profilerende, talentvolle, lef hebbende en zelfkritische nieuwe journalist.

### **2.5.5. Terug naar Bourdieu**

Zoals in paragraaf 2.1. te lezen was, zijn er in Bourdieu's ogen twee scenario's mogelijk wanneer nieuwkomers het veld betreden. Het eerste scenario is progressief. Hierin zorgen toetreders voor een transformatie van de arbeidscultuur: ze onderscheiden zich merkbaar en zetten de bestaande structuur van het veld op z'n kop. Het tweede scenario is minder positief en wordt gekenmerkt door conservatisme: in de concurrentie om beschikbare banen passen toetreders zich aan, waardoor deze nieuwe generatie journalisten juist meewerkt aan de reproductie van de arbeidscultuur.

Blanken & Deuze (2007) kunnen zich duidelijk vinden in Bourdieu's progressieve scenario. Ze vinden dat de journalist van de toekomst zich moet onderscheiden door een innovatieve houding. De journalist is hierbij volledig op zichzelf aangewezen. De instelling die Blanken & Deuze van de toekomstige journalist verlangen, vraagt dan ook veel van de journalist. Ook Ryan (2009) is een auteur die in dit kamp van het progressieve scenario thuis hoort. Haar voornaamste conclusie is dat freelancers bewust zijn van de nadelen van hun vak, maar dat hun gevoel van autonomie deze volop goed maakt. Sterker nog: ze zouden onder geen beding willen ruilen met een collega in vaste dienst, 'being paid not to leave a miserable staff job' (Ryan, 2009: 658). In Ryans ogen hebben freelancers in vergelijking met deze groep zelfs een hogere journalistieke standaard. Daarmee zouden ze dus professioneler zijn dan journalisten in loondienst. De freelancers zelf lijken ook vooral

deze progressieve benadering aan te hangen. Zij voelen zich in grote mate autonoom. Weaver (in Deuze, 2007) vindt hiervoor een verklaring in de mogelijkheid dat journalisten eerder gemotiveerd zijn door intrinsieke waarden zoals erkenning, status en prestige dan door het loon dat ze ontvangen.

Onder veel wetenschappers heeft Bourdieu's meer conservatieve scenario echter meer aanhangers. Zij zien het plaatje minder rooskleurig. Zij waken voor de paradox van vrijheid. Het is de keerzijde van de flexibiliteit. Enerzijds zijn freelancers vrij om hun opdrachten te kiezen, maar anderzijds zijn ze afhankelijk van hun opdrachtgevers, vooral in financiële zin. De vraag is of deze afhankelijkheid de journalist van de toekomst niet beperkt. Vooral Das (2007) spreekt zich duidelijk in deze kwestie uit. Volgens hem worden freelancers in grote mate beperkt door de onzekerheid die ze ondervinden en daarmee zijn ze in zijn ogen minder professioneel. Ook Nies & Pedersini (2003) namens de EFJ en Walters, Warren & Dobbie (2006) namens de IFJ spraken hun vrees voor een dergelijk effect uit. Platman (2004) sprak zelfs van een hier eerder behandeld amoebe-effect.

Bourdieu zelf is kort en duidelijk over journalisten met tijdelijke contracten. In zijn ogen zorgt de onzekerheid die freelancers ervaren voor een verlies aan vrijheid wat in sommige gevallen zelfs leidt tot censuur. In een mediawereld waarin toetreders van mening zijn dat freelance werk de enige optie is om aan de slag te gaan (Bakker, 2010), is het van belang om te onderzoeken naar welke kant de meter uitslaat. De kwaliteit van de media is immers in het belang van de gehele maatschappij.



### 3. METHODEN

Tot zover was het onderwerp van studie de theorie van toepassing op de journalistiek en op freelancers die werkzaam zijn in het journalistieke veld. Het doel was om de toename van het aantal freelancers in de journalistiek en de manier waarop er in de wetenschap over deze groep wordt gedacht te begrijpen. De veldtheorie van Bourdieu vormde hierbij het uitgangspunt. Hij vat de journalistiek op als een product van machtsstrijd tussen verschillende maatschappelijke velden, zoals de politiek, de wetenschap en met name de economie. Er is in het vorige hoofdstuk dan ook uitgebreid stilgestaan bij maatschappelijke, technologische en economische ontwikkelingen die het medialandschap veranderen. Binnen het journalistieke veld voltrekt zich echter ook een machtsstrijd. Deze strijd komt tot uitdrukking in de omgangsvormen tussen gevestigde journalisten en nieuwkomers. Toetreding van nieuwkomers kan leiden tot innovatie of conservatisme. Veel hier besproken auteurs, inclusief Bourdieu, uiten hun zorgen. Freelancers zouden gevangen zitten in een paradox van vrijheid, waarbij ze zich vanwege hun zwakke positie als een 'amoebe' aanpassen aan de eisen van hun opdrachtgever (Platman, 2004). Bovendien zou beperkt loon ten koste gaan van het vermogen van de freelancer om de onderste steen boven te halen over een gebeurtenis of persoon in het nieuws. Met andere woorden: de kwaliteit van het nieuws zou lijden onder de toename van het aantal freelancers. Toch gaan er ook stemmen op dat het allemaal wel meevalt met dit kwaliteitsverlies. Zoals ik al schreef is Ryan van mening dat de grote meerwaarde van de freelancer zijn of haar vrijheid is. Wie heeft er gelijk? Gezien de rol die de journalistiek speelt in het functioneren van de democratie, is het van belang dit onderwerp aan de kaak te stellen.

Zoals in de inleiding van deze thesis al is aangegeven, luidt de hoofdvraag van deze thesis: *Wat is de positie van freelance journalisten en hoe waarderen freelance journalisten zelf hun positie in de mediawereld?* Het eerste deel van deze hoofdvraag is beantwoord in het theoretisch kader, met name in paragraaf 2.4. Hierin werden verschillende knelpunten omschreven, te weten: arbeidsvoorwaarden, onderhandelingspositie, baanonzekerheid, auteursrecht en professionalisme. Het tweede deel van de vragen wordt beantwoord aan de hand van gesprekken met twaalf freelance journalisten.

Ter recapitulatie: de deelvragen die gesteld worden zijn de volgende:

- *Hoe denken freelancers over hun arbeidsvoorwaarden?*
- *Hoe is het gesteld met de onderhandelingspositie van freelancers?*
- *Hoe sterk staan freelancers op het professionele vlak ten opzichte van niet-freelancers?*
- *Hoe tevreden zijn freelancers met hun freelance bestaan?*

Deze deelvragen zijn geïnspireerd door de terugkerende thema's die zijn beschreven in hoofdstuk 2.4. Dit hoofdstuk omschrijft welke methoden gebruikt zijn bij het beantwoorden van deze hoofdvraag en deze deelvragen.

### 3.1. Methodologische overwegingen

Het kiezen van de juiste onderzoeksmethode bleek een proces van constante ontwikkeling. In de loop der tijd is er veranderd van de in eerste instantie gekozen methode. Aanvankelijk was het idee om enquêtes af te nemen onder freelance journalisten. De redenatie was dat de enquête een vrij eenvoudige wijze is om snel veel informatie te verzamelen over freelancers door het hele land. Met omstreeks 100 respondenten zou dan een representatief beeld schetst kunnen worden van de positie van freelancers in Nederland.

De eerste twijfel over het gebruik van deze methode kwam na een telefoongesprek met een telefoniste van de NVJ. Op de vraag of de NVJ medewerking kon verlenen bij dit onderzoek, antwoordde zij dat de NVJ er primair voor is om haar leden te ondersteunen. Slechts af en toe werkt de NVJ mee aan een onderzoek, zoals dat bijvoorbeeld gebeurde bij dat van IJdens & van der Werff uit 2004. Ook adressenbestanden worden niet gedeeld, dus de vereniging kon ook niet helpen bij het verspreiden van enquêtes. Overigens merkte de telefoniste op dat de NVJ erg zuinig is met het houden van enquêtes omdat deze door haar leden veelal met weinig enthousiasme worden ontvangen. Deze laatste opmerking en het feit dat de telefoniste aan gaf dat de NVJ geen rol kon spelen bij dit onderzoek, maakte dat de methodiek nog eens goed onder de loep moest worden genomen. Overigens stelde de NVJ zich in een later contactmoment meegaander op, maar hierover later meer.

De uitspraak die de medewerker van de NVJ deed over de houding van journalisten tegenover enquêtes wordt onderschreven door Weaver (2008). Volgens hem worden enquêtes zóveel gebruikt dat veel journalisten en nieuwsorganisaties zich ergeren en daardoor steeds minder geneigd zijn om hieraan mee te werken. Daarbij zijn journalisten volgens Weaver sowieso veelal sceptisch over

wetenschappelijk onderzoek, wat het onderzoeken van het journalistieke veld niet makkelijker maakt. Verder zijn journalisten normaal gesproken eerder de personen die vragen stellen dan degene die ze beantwoorden. Voor hen voelt een wetenschappelijk onderzoek naar hun dagelijkse praktijk als de omgekeerde wereld. Ook tijdsdruk die journalisten voelen maakt onderzoek lastig: op hun werkplek hebben journalisten vaak niet de tijd om diep op bepaalde onderwerpen in te gaan, omdat ze te maken hebben met strakke deadlines. Al deze punten deden twifelen om de paradox van vrijheid te onderzoeken middels een enquête.

De ommekeer kwam tijdens een begeleidend gesprek met mediawetenschapper Bernadette Kester, waarin ze voorstelde om online interviews af te nemen. Ze verwees naar een artikel van haarzelf waarin ze correspondent en schrijver Joris Luijendijk interviewde (Kester, 2008). Luijendijk had zélf gevraagd of het interview middels Google Chat afgenomen kon worden. Het resultaat is een helder diepte-interview. Het artikel van Kester laat zien dat chat-programma's heel goed gebruikt kunnen worden als interviewmethode.

Om opvattingen van freelancers te onderzoeken is er in deze thesis in methodisch opzicht gekozen voor online interviews. Op deze manier kan er, meer dan wanneer een enquête gebruikt zou worden, beter antwoord geven worden op vragen zoals *hoe* en *waarom* freelancers een bepaalde positie innemen en wat de freelancers daarvan vinden. Een enquête biedt die mogelijkheid namelijk slechts in beperkte mate (Weaver, 2008). De volgende paragraaf richt zich daarom op de methodische benadering van online interviewen en op welke manier deze methode gebruikt kan worden in deze thesis.

### 3.2. Het online interview

Volgens O'Connor, Madge, Shaw & Wellens (2008) raken online onderzoeksmethoden steeds meer gevestigd. Internet heeft niet alleen de manier waarop mensen communiceren enorm veranderd: het biedt ook meer en meer mogelijkheden voor onderzoek. Het afgelopen decennium werd er in toenemende mate over geschreven (James & Busher, 2009). De voornaamste voordeel van online onderzoeksmethoden is volgens O'Connor, Madge, Shaw & Wellens het feit dat geografische plaats geen rol meer speelt in het onderzoek en dat online onderzoek een instrument biedt om informatie te verzamelen over onderzoeksgroepen die normaal gesproken niet zo goed te bereiken zijn. Online onderzoeksmethoden zijn veelzijdig en hebben volgens dit viertal een grote potentie. De sociale wetenschappen kunnen hiervan profiteren.

### 3.2.1. Synchrone en asynchrone online interviews

In de literatuur over online onderzoeksmethodes wordt er onderscheid gemaakt tussen het synchrone en het asynchrone online interview (O'Connor, Madge, Shaw & Wellens, 2008; James & Busher, 2009). Asynchrone interviews worden voornamelijk afgenomen via de e-mail. Kenmerkend is dat tussen vraag en antwoord een behoorlijke tijd kan zitten. James & Busher (2006) verdiepen zich in de voor en nadelen van asynchrone online interviews. De voordelen liggen voor hen in het overwinnen van beperkingen in tijd en ruimte. Daarbij is het asynchrone interview een constant reflectief proces: de mailwisseling duurt verschillende weken, waardoor respondenten steeds hun eerdere formuleringen overdenken, verscherpen of bijstellen. Volgens James & Busher dwingt ze dit om beter na te denken, wat rijkere informatie oplevert.

Over de andere vorm van online interviewen, het synchrone interview, is nog niet zo heel veel geschreven. O'Connor, Madge, Shaw & Wellens (2008) geven er echter een goede omschrijving van. Ze constateren dat het synchrone interview, afgenomen middels chatprogramma's, een relatief nieuwe en innovatieve methode van datacollectie is. Ze lijkt meer op het *face-to-face* interview dan interviews via bijvoorbeeld e-mail, omdat het mogelijkheid biedt tot meer spontane reacties. Dit verlaagt de kans dat iemand sociaal wenselijke antwoorden geeft, want er is niet heel veel tijd om over de antwoorden te reflecteren, zoals bij het asynchrone interview wel het geval is. Dit vraagt van zowel respondent als onderzoeker een actieve houding. Daarom zijn mensen die veel tijd nodig hebben om te reflecteren volgens James & Busher (2009) minder geschikt om zo'n online interview te ondergaan. Journalisten zijn vanwege hun professionele achtergrond over het algemeen prima geschikt voor synchrone online interviews. Van hen mogen we verwachten dat ze snel kunnen denken en in grote mate vaardig zijn in het verwoorden van hun gedachten.

De gebruikte onderzoeksmethode voor deze thesis is het synchrone interview. Deze keuze berust in praktisch opzicht op het feit dat een asynchrone mailwisseling veel tijd in beslag kan nemen. In de ervaring van James & Busher (2006) kan het tijdbestek zich in sommige gevallen flink uitbreiden. Hun interviews die bedoeld waren om twee of drie weken te duren, strekten zich soms uit over enkele maanden. Dit waarschijnlijk vanwege het drukke leven dat hun respondenten leefden. In dit opzicht is de keuze voor het synchrone interview evident, omdat er in het kader van deze thesis nu eenmaal niet een aantal maanden gewacht kan worden op de resultaten. Bovendien is het boeiend om bij wijze van een experiment het synchrone onderzoek als methode te gebruiken. De kans op afhaken tijdens het interview is klein en de antwoorden zijn spontaan, wat tot interessante bevindingen zou kunnen leiden.

### 3.2.2. Voor- en nadelen van online interviews

Aan het synchrone interview zitten een aantal voor- en nadelen die in deze paragraaf worden beschreven.

Een groot nadeel van het synchrone online interview is dat de onderzoeker volledig wordt teruggeworpen op tekstueel materiaal en dat non-verbaal gedrag ontbreekt (James & Busher, 2009). *Face-to-face* interviewers kunnen wél deze non-verbale informatie vergaren. Om die reden wordt deze vorm van interviews gezien als de gouden standaard onder de interviews. Het de meest sterke manier om te onderzoeken hoe mensen hun leven construeren (O'Connor, Madge, Shaw & Wellens, 2008). Non-verbale cues zetten het verbale extra kracht bij, bijvoorbeeld in de vorm van gezichtsuitdrukkingen, gebaren, lichaamshoudingen. Bij het (a)synchrone online interview ontbreken deze cues die helpen bij het contextualiseren van uitspraken. Opdenakker (2006) meldt terecht dat emoticons (bijvoorbeeld: ☺) dit voor een deel op kunnen vangen, maar het is duidelijk dat dit niet hetzelfde is en dat dit minder informatie geeft dan wanneer een gesprek *face-to-face* plaatsvindt.

Een ander aspect van dit type interviews is anonimiteit. Dit heeft zowel voor- als nadelen. Een nadeel is dat niet controleerbaar is of de geïnterviewde is wie hij zegt dat hij is (James & Busher, 2006). Op internet is namelijk eenvoudig om een andere identiteit aan te nemen. Ook de juistheid van de gegeven antwoorden is niet te controleren. Dit is een uitdaging voor de onderzoeker omdat hij moet kunnen doorzien of iemand de waarheid spreekt (typt) of niet. In het geval van dit onderzoek valt het in alle waarschijnlijkheid wel mee met deze mogelijkheid tot misleiding. De reden hiervoor is dat respondenten gericht werden gezocht via de vakwebsite Villamedia.nl. De kans dat hier een respondent tussen zit die zich voordoe als freelance journalist is hierdoor klein.

Ook kan het feit dat online interviews anoniem zijn voor de onderzoeker zelf tot lastige kwesties leiden. Dit gebeurt bijvoorbeeld wanneer er zich online een stilte voordoet. Dit kan namelijk verschillende dingen betekenen: mogelijk wordt de geïnterviewde afgeleid of gestoord, er is een software probleem of de geïnterviewde wil zich simpelweg terugtrekken uit het onderzoek (O'Connor, Madge, Shaw & Wellens, 2008). Dit laatste wordt door vrijwel alle hier genoemde auteurs genoemd als een reëel probleem. Ze beredeneren dat de respondent zich door de anonimiteit vrijer kan voelen om zich uit het interview terug te trekken. Dit vanwege de afwezigheid van sociale druk die wel voortkomt uit *face-to-face* interviews. Al deze dingen geven aan dat het synchrone online interview oplettendheid van de onderzoeker vereist.

Anonimiteit heeft echter ook een aantal voordelen. Zo kan de geïnterviewde meer het gevoel hebben om vrij te kunnen spreken, met meer spontane antwoorden tot gevolg (O'Connor, Madge, Shaw & Wellens, 2008). James & Busher (2009) stellen bovendien dat anonimiteit leidt tot een ander soort antwoorden. Volgens hen is er sprake van een zogenaamd SIDE-model (social identity and deindividualization effects), wat inhoudt dat anonimiteit de aandacht afleidt van de *individuele* identiteit en verschuift naar de *sociale* identiteit. In dit opzicht zouden online interviews een goed instrument zijn om meer te weten te komen over een bepaalde sociale groep, in dit geval dus freelance journalisten.

Verder zijn er aan aantal praktische kanttekeningen te maken bij het onderzoeken middels online interviews. Volgens O'Connor, Madge, Shaw & Wellens (2008) zijn synchronische online interviews in technisch opzicht lastiger op te zetten dan asynchrone onderzoeken. In het laatste geval wordt e-mail gebruikt, een medium dat op grote schaal wordt gebruikt en waar veel mensen mee bekend zijn. In het geval van synchrone interviews moet de onderzoeker echter de juiste software kiezen om het interview af te nemen. Er bestaan diverse chatprogramma's en daaruit moet een keuze gemaakt worden. Volgens dit viertal zijn synchrone online interviews dus in technisch opzicht meer complex.

Tot slot hebben online interviews als groot voordeel dat ze automatisch getranscribeerd worden (O'Connor, Madge, Shaw & Wellens, 2008). Dit scheelt enorm in tijd en kosten.

Het synchroon online interviewen heeft dus zijn voordelen en zijn nadelen. James & Busher (2009) benadrukken dat online interviewen niet als een *easy option* gezien moeten worden, juist omdat de onderzoeker goed de voordelen en nadelen af moet wegen om de keuze voor het medium te rechtvaardigen. De keuze voor synchrone online interviews is gebaseerd op snelheid van het medium en de spontane reacties die het mogelijk maakt. Ook het experimentele karakter van een dergelijk onderzoek is interessant. Bovendien zijn journalisten vanuit professionele achtergrond prima geschikt om het medium te gebruiken. Vanzelfsprekend worden ook alle mogelijke nadelen van het medium in acht genomen.

### **3.3. Werkwijze en dataverzameling**

Nu het duidelijk is welke methode is gekozen en waarom, kijken we nu naar de werkwijze van het uitvoeren van de interviews en de wijzen van dataverzameling. Allereerst behandelt deze paragraaf operationalisering, om vervolgens de manier

waarop respondenten zijn gevonden te bespreken. Tot slot komt de daadwerkelijke uitvoering van de interviews aan bod.

### **3.3.1. Operationalisering**

Deze subparagraaf geeft aan hoe de onderzoeksvragen meetbaar zijn gemaakt. Dit alles begint bij de topiclist. Deze bestaat uit twee delen. Deel I gaat in op personalia, werksituatie en carrière. Dit om meer te weten te komen over de achtergrond van de respondenten. Deze kan in sommige gevallen namelijk verklaren waarom iemand een bepaalde houding aanneemt. Zo kan iemand aangeven niet te kunnen rondkomen van zijn freelance werk, met als gevolg een negatieve houding ten opzichte van het freelancer-bestaan.

Deel II bestaat uit een twaalfstal stellingen waarop de respondenten werden gevraagd om te reageren. Deze stellingen zijn ontleend aan IJdens en Van der Werff (2004: 101). Zij gebruikten ze in enquêtes waarbij respondenten konden aangeven of en in hoeverre ze het (on)eens met de stelling waren. Een aantal van hun stellingen zijn geselecteerd. Daarbij is vooral gekeken naar de stellingen die de meest heftige reacties veroorzaakten, zowel positief als negatief. De reden hiervoor is dat deze stellingen waarschijnlijk de meest uitgebreide en informatieve reacties veroorzaken.

Zoals op de volgende bladzijde in figuur 2 te zien is, zijn de deelvragen in de topiclist geïncorporeerd door in deel II de stellingen te categoriseren aan de hand van de onderliggende thema's van de deelvragen. Deze drie categorieën zijn: arbeidsvoorwaarden & onderhandelingspositie, professionalisme en tevredenheid met het freelance bestaan. De reden dat er vier deelvragen zijn en deel II slechts drie categorieën telt, is dat de thema's van de eerste twee deelvragen zijn samengenomen in één categorie, namelijk II.A. Dit omdat de thema's grote overeenkomsten vertonen. Arbeidsvoorwaarden kunnen een reden zijn om te onderhandelen, waaruit dan weer de onderhandelingspositie blijkt. Andersom kan de onderhandelingspositie van freelancers bepalend zijn voor de voor hen geldende arbeidsvoorwaarden. Bovendien mochten de interviews niet te lang en te langdradig worden. Thema's voor deze stellingen zijn vraag & aanbod op de arbeidsmarkt, honorering van freelance werk, auteursrechten en onderhandelingspositie. Middels de stellingen van deel II.B. wordt onderzocht hoe sterk freelancers staan op het professionele vlak ten opzichte van niet-freelancers. De stellingen lokken antwoorden uit waarin vergelijkingen worden gemaakt tussen freelancers en journalisten in loondienst. Bovendien geven deze stellingen de mogelijkheid om de al dan niet bestaande speciale positie van freelancers aan de kaak te stellen. In deel II.C. wordt tot slot overgegaan tot evaluatie van het freelancersbestaan. Central staat de vraag in hoeverre freelancers zelf tevreden zijn met hun freelance bestaan. Overigens geldt

voor alle stellingen dat ze afwisselend positief en negatief zijn geformuleerd. De reden hiervoor is dat een onderzoeker geen woorden in de mond van de respondenten mag leggen.

## **Figuur 2: Topiclist van de interviews**

### **DEEL I - VRAGEN**

#### **A. Personalia**

1. Geslacht
2. Leeftijd
3. Opleiding
4. Aantal jaar ervaring als freelancer
5. Burgerlijke staat
6. Kinderen
7. Kostwinnerschap

#### **B. Werksituatie & carrière**

1. Welke werkzaamheden verricht je? In welke sectoren?
2. Hoeveel uur werk je gemiddeld per week?
3. Waar is je werkplek?
4. Hoe ben je freelancer geworden?
5. Op welke manier doe je aan werving van opdrachten?
6. Neem je wel eens werk aan uit noodzaak, bijvoorbeeld onder je niveau of buiten je interessegebied, puur om werk te hebben?
7. Hoe kun je rondkomen van je werk?

### **DEEL II - STELLINGEN**

#### **A. Arbeidsvoorwaarden & onderhandelingspositie**

1. Te veel freelancers werken voor een te laag tarief en bederven de markt.
2. Het werk van freelancers wordt in Nederland sterk onderbetaald.
3. De auteursrechten van freelance journalisten zijn in Nederland goed geregeld.
4. Discussie met redacteuren over de honorering en van freelance werk is zinloos.

#### **B. Professionalisme**

1. Freelancers zorgen voor de krenten in de pap in de media.
2. De freelancer gaat eerder uitdagingen aan dan een journalist in loondienst.
3. Freelancers hebben een bijzondere rol: ze houden de media kritisch en alert.
4. Opdrachtgevers hechten meer belang aan kijk-, lees- en luistercijfers dan aan kwaliteit.
5. Freelancers zijn beter in hun werk dan journalisten in loondienst.

#### **C. Tevredenheid met het freelancebestaan**

1. Het werk van freelancers wordt in Nederland sterk ondergewaardeerd.
2. Opdrachtgevers maken dikwijls misbruik van de motivatie van freelance journalisten.
3. De onzekerheid van werken op freelance basis wordt in grote mate goedge maakt door mijn gevoel van autonomie

Wie naar deze topiclist kijkt, moet steeds Bourdieu's theorie over veldtheorie in gedachte houden. Met name de twee mogelijke scenario's na toetreding van nieuwkomers zijn belangrijk, want freelancers kunnen als groep namelijk als relatieve nieuwkomers gezien worden. Zoals al genoemd, kan er in Bourdieu's ogen sprake zijn van een professioneel en een conservatief scenario. In het eerste scenario transformeren de nieuwkomers de arbeidscultuur, in het tweede helpen ze juist mee aan de reproductie ervan. Wat is de connectie tussen deze topiclist en onderzoek naar het al dan niet bestaan van deze scenario's? Is het een bruikbaar middel om meer te



weten te komen over de door wetenschappers breed ondersteunde theorie van de paradox van vrijheid, oftewel Bourdieu's conservatieve scenario?

Het antwoord is: ja, middels deze topiclist valt dit onderwerp te onderzoeken. Tussen alle regels van de topiclist is namelijk een belangrijk concept zichtbaar, namelijk: machtsverhoudingen binnen het journalistieke veld. Zowel relaties tussen freelancers en journalisten in vaste dienst als relaties tussen freelancers en opdrachtgevers komen aan de orde. Op basis daarvan kan er een beeld geschetst worden van de houding die freelancers aannemen als het gaat om hun positie in de mediawereld.

Toch is er ook een beperking. Want hoewel men middels deze stellingen meer te weten kan komen over machtsrelaties, is het veel lastiger om de *gevolgen* van deze machtsverhoudingen te onderzoeken. Deze gevolgen kunnen dan met name gezocht worden in de professionele houding van de freelancers. Deze komen in deel II.B. aan de orde. Voor dit onderzoek betekent dat dus een uitdaging: het vereist doorvragen. Maar al met al is dit een geschikte topiclist om de houding van freelance journalisten tegenover hun positie in de mediawereld te onderzoeken.

### **3.3.2. Het vinden van respondenten**

Het vinden van respondenten bleek een ingewikkelde klus. Er is ervoor gekozen om níet respondenten te zoeken via nieuwsorganisaties zelf. De reden hiervoor is dat freelancers zich vooral aan de rand van deze nieuwsorganisaties bevinden. Daarbij heeft het benaderen van freelancers via nieuwsorganisaties het risico dat de groep gevonden respondenten vooral bestaat uit freelancers die los-vast aan organisaties verbonden zijn. Dit onderzoek is echter gericht op freelancers die werkzaamheden verrichten bij verschillende opdrachtgevers en mogelijk ook in verschillende mediasectoren.

Op 1 april werd daarom een oproep op het prikbord van Villamedia ([www.villamedia.nl/prikbord](http://www.villamedia.nl/prikbord)) geplaatst, een website met nieuws voor mediaprofessionals, in de hoop zo respondenten te kunnen verzamelen. Iedereen die zichzelf freelance journalist noemt, werd op deze manier uitgenodigd om deel te nemen aan het onderzoek. Zoals op de volgende bladzijde te lezen is, wordt er in de oproep veel over het onderzoek in het midden gelaten. Deels is dat doordat Villamedia voor prikbordberichten een maximum van 75 woorden hanteert, maar ook deels doordat de respondenten opzettelijk beperkte informatie werd gegeven om zo de kans op spontane antwoorden te vergroten.

**Oproep:**

**Onderzoek naar de professionele identiteit van freelancers**

*Gezocht: freelancers die niet bang zijn het achterste van hun tong te laten zien. Dit in het kader van een onderzoek naar de professionele identiteit van freelancers.*

*Onderwerpen: o.a. voor- en nadelen van het freelance bestaan en professionalisme.*

*De interviews worden online afgenomen, dus u bepaalt wanneer het interview plaats vindt. Draag bij aan de zichtbaarheid van freelance journalisten als beroepsgroep.*

*Mail Margriet op [305982me@student.eur.nl](mailto:305982me@student.eur.nl).*

In de 30 dagen dat de oproep op het prikbord stond, hebben er in totaal zeven freelancers gereageerd. Aan elk van hen werd gevraagd of zij meer freelancers kenden die aan dit onderzoek wilden meedoen. Sommigen van hen plaatsten een oproep op Twitter, anderen gaven e-mailadressen van mogelijke respondenten. In een enkel geval werd er contact gelegd door gebruik te maken van een persoonlijke netwerk. De meeste respondenten werden echter verworven middels de oproep op Villamedia en de gebruikte sneeuwbal techniek. In totaal zijn er twaalf freelance journalisten geïnterviewd. Dit aantal is voldoende gebleken, omdat er op den duur verzadiging van informatie optrad.

Elk van de respondenten, of ze nu zichzelf aanmeldden of door mij werden uitgenodigd om deel te nemen, werd een mail gestuurd met wat extra informatie over het onderzoek. Hierin werd ook gereageerd op hun vragen. Ook waren deze algemene punten in de mail opgenomen:

- *Het interview wordt online afgenomen via het chatprogramma van jouw keuze.*
- *Jij kiest wanneer het interview wordt afgenomen, zo mogelijk in de maand april.*
- *Je interview wordt strikt vertrouwelijk behandeld. Naam en mogelijke aanwijzingen op je identiteit zullen niet worden opgenomen in het onderzoek.*
- *Het interview bestaat uit twee delen. In het eerste deel stel ik je een aantal vragen over jou en je carrière. In het tweede deel werp ik 12 stellingen waar op ik je vraag te reageren.*
- *Neem de tijd voor het schrijven van je reactie. Ik ben vooral geïnteresseerd waarom en in hoeverre je het ergens mee (on)eens bent.*
- *De chatsessie neemt waarschijnlijk 60 minuten in beslag.*

Verder werden ze gevraagd welk chatprogramma hun voorkeur had, welke gebruikersnaam ze gebruikten en of ze een voorkeur hadden voor het moment waarop het interview zou plaatsvinden. Over het algemeen verliep deze communicatie soepel, al was geduld een vereiste. In sommige gevallen ontving een respondent een herinneringsmail. Als er ook op deze mail niet werd gereageerd, werd dat gezien als een teken dat de respondent, om welke reden dan ook, niet mee kon of wilde doen aan het onderzoek. Uiteindelijk bleken afhakers geen probleem, want op de hierboven beschreven wijze werden voldoende respondenten gevonden om het onderzoek uit te voeren.

### 3.3.3. Uitvoering van de interviews

Het afnemen van synchrone online interviews bleek een ervaring op zich. Steeds werd met een respondent afgesproken op een bepaalde dag en een bepaald tijdstip via het messenger-programma van zijn of haar keuze. In de meeste gevallen was dit Skype of Google Talk (beide vier keer), maar ook MSN- en AIM-messenger werden gebruikt (beide twee keer). Deze laatste drie programma's waren vooral handig voor respondenten die geen ervaring hadden met online chat-programma's maar wel een Google-, Hotmail- of Facebook-account hadden. Door deze accounts te gebruiken hoefden ze niet speciaal een chat-programma te downloaden, maar volstond een webbased messengerservice. Dat verlaagde de drempel om met dit onderzoek mee te doen. Voor het merendeel van de respondenten gold dat ze inderdaad op de afgesproken tijd online waren. In een enkel geval moest een respondent ter herinnering gebeld worden. Ook kwam het voor dat interviews op het laatste moment verzet werden. Dan was er voor de freelancer een klus tussen gekomen waarop hij of zij flexibel op moest reageren. In zo'n geval werd er gewoon snel een nieuwe afspraak gemaakt. Net als met de mailwisselingen was dus ook hier geduld geboden. Maar de flexibele instelling van freelancers had ook zijn voordelen: in sommige gevallen was een respondent bereid om op zeer korte termijn mee te werken aan het interview, soms zelfs nog op diezelfde dag.

Wanneer de respondenten online kwamen werd aangegeven dat het onderzoek zou starten wanneer zij er klaar voor waren. Op die manier konden de freelancers nog even hun zaken afhandelen voordat ze met het interview zouden beginnen. Wanneer ze aangaven dat ze klaar waren om te beginnen en geen verdere vragen te hebben, begon het interview. Ook achteraf werd gevraagd of ze nog vragen hadden of dat ze wellicht nog iets hadden gemist. Dat bleek handig, want de allereerste respondent gaf al aan dat de houding die freelancers innemen ten opzichte van hun beroep, mogelijk afhankelijk is van het feit of zijn al dan niet kunnen rondkomen van hun werk. Om die reden is in deel I.B. de vraag opgenomen of de freelancer kan rondkomen van zijn of haar werk. Ook werd er achteraf nog wel eens bruikbare informatie aan het licht gebracht die een mooie toevoeging maakte op het eerder besprokene.

Het ene interview verliep soepeler dan het andere. In de meeste gevallen was er tijd om alle stellingen te behandelen. In een aantal gevallen lukte dat niet. De reden hiervoor was vaak dat de antwoorden van de respondent te veel tijd in beslag namen, dat er noodzaak was om stellingen te schrappen. Was dit niet gebeurd, dan zouden de interviews vele malen langer duren dan vooraf aangegeven. Dit probleem bleek zich vooral voor te doen bij de wat oudere respondenten. De

jongere freelancers, die waarschijnlijk zijn opgegroeid met messenger-services zoals MSN, waren over het algemeen sneller in het geven van hun antwoorden.

Aan het einde van het interview werd kort gereflecteerd over hoe de freelancer het interview had ervaren. Vaak gaven de freelancers aan dat ze het leuk vonden om mee te doen en dat ze het goed vonden om zelf nog eens te reflecteren over hun beroepspraktijk. Zoals een respondent aangaf: 'Ik vond het erg leuk om mee te doen, sta ik zelf ook weer eens stil waarom ik freelancer ben en ook blijf.' Verder bleken veel van de respondenten ook nieuwsgierig naar het onderzoek. Met vragen als: 'Waar ben je precies naar op zoek?' 'Wanneer is je onderzoek klaar?' 'Heb je nog meer respondenten nodig?' en 'Laat je nog iets weten over de resultaten?' werden de interviews afgesloten.

Het was een leuk proces. Flexibiliteit was een vereiste, maar geen probleem. Lastiger was het geduld dat nodig was om respondenten te verwerven en ook om te interviewen. Geduld is dan ook een belangrijk vereiste bij het gebruik van messenger-services als onderzoekmedium. Zo gaf een respondent aan tussendoor de krant te lezen terwijl een ander een paar keer in het interview afgeleid werd door Twitter. Hoe dan ook: dit was voorafgaand aan het onderzoek te verwachten en het het is inherent aan de onderzoeksmethode. Bovendien heeft het niets afgedaan aan de informatiewaarde van de antwoorden. Terugkijkend op het gehele proces, waren de interviews geslaagd. Het was leuk en interessant om naar de freelancers te luisteren.

### 3.4. Analysemethode

Het analyseren van alle gegevens voortkomend uit de interviews geschiedde 'volgens het boekje' (Baarda, De Goede & Teunissen, 2005). Hierbij was het kwantitatieve analyseprogramma Atlas.ti een belangrijk instrument. Atlas.ti schept namelijk de mogelijkheid om zeer efficiënt en eenvoudig te coderen. Middels dit programma werden stukken tekst allereerst open gecodeerd: elk relevant stuk tekst kreeg een label. Hierbij was het mogelijk dat één stuk tekst meerdere coderingen kreeg, wanneer het twee verschillende thema's besloeg. Zo kon een opmerking informatie bevatten over bijvoorbeeld honorering van freelance werk, maar ook over de relatie met opdrachtgevers. Ook werden er codes gereduceerd. Zo ging de code *plezier in het werk* op in de meer overkoepelende code *motivatie om te freelancen*. Zo waren er meer reducties waardoor het bestand aan codes werd opgeschoond en werd teruggebracht tot de essentie. Op die manier ontstond er een lijst van in totaal zeventien codes. De meest voorkomende zijn *relatie met opdrachtgevers*, gevolgd

door honorering, kwaliteit, opdrachten, motivatie, vergelijking met loondiensters, acquisitie, onderhandelingspositie, financiële positie en waardering.

Het open coderen werd gevolgd door axiaal coderen. Hierbij zijn de codes eerst verdeeld onder de thema's die eerder al de basis vormde voor de deelvragen van dit onderzoek en de topiclist van de interviews. Hieronder een overzicht met de thema's (in blauw) en bijbehorende codes:

Thema	Omschrijving onderzoekspopulatie	Werksituatie & carrière	Arbeidsvoorwaarden en onderhandelingspositie	Professionalisme	Tevredenheid met het freelance bestaan
<b>Bijbehorende code(s)</b>	Personalialia	Acquisitie Beroepskeuze Financiële positie Opdrachten Uren Werkzaamheden	Auteursrecht Freelance-markt Honorering Onderhandelingspositie Relatie opdrachtgevers	Kritische rol Kwaliteit Vergelijking loondiensters	Motivatie Waardering

Binnen deze thema's is de informatie die de respondenten gaven afgewogen. Er werd gezocht naar overeenkomsten en verschillen. In het volgende hoofdstuk zijn de resultaten van deze analyse te lezen.

## 4. RESULTATEN

Hoe waarderen freelance journalisten hun positie in de mediawereld? Als het aan de wetenschap ligt, dan nemen ze een zwakke positie in. Vanwege de onzekerheid van hun professionele bestaan zouden freelancers zich als een amoëbe aanpassen aan wat opdrachtgevers van hen vragen. Bourdieu (1996) spreekt zelfs over censuur en zijn volgelingen waarschuwen voor een paradox van vrijheid: vrijheid om te kiezen, maar tegelijkertijd gebondenheid aan opdrachtgevers. Slechts een enkele wetenschapper als Ryan (2009) durft te stellen dat het wel mee valt met die gebondenheid.

Wat vinden freelancers zélf? Dat wordt hier onderzocht middels interviews en niet middels enquêtes, zoals in eerder onderzoek vaak het geval was. Er wordt gebruik gemaakt van online interviews waarin de freelancer de ruimte kreeg om het achterste van zijn tong te laten zien.

Centraal staat de waardering van freelance journalisten van hun positie in de mediawereld. Allereerst wordt er in de paragrafen 4.1. en 4.2. een beeld geschetst van de groep geïnterviewde freelancers. In de paragrafen daarna worden de vier deelvragen beantwoord die in de inleiding genoemd werden. Zo gaat paragraaf 4.3. in op de arbeidsvoorwaarden en onderhandelingspositie van freelancers en omschrijft paragraaf 4.4. de professionele houding van freelancers, afgezet tegen die van hun collega's in loondienst. Tot slot behandelt paragraaf 4.5. de tevredenheid van de respondenten met hun freelance bestaan.

### 4.1. Omschrijving onderzoekspopulatie

Voordat we het hebben over de opvattingen van de respondenten wat betreft hun positie in de mediawereld, hier eerst een beschrijving van de respondenten die meededen aan dit onderzoek.

In totaal deden twaalf respondenten mee. Onder hen waren vrouwen iets in de meerderheid: er werden zeven vrouwen en vijf mannen geïnterviewd. Hun leeftijden liepen uiteen. Zo was de jongste respondent 25 jaar, terwijl de oudste de 53 was gepasseerd. Verder zijn twee dingen opmerkelijk. Ten eerste waren er opvallend veel respondenten van rond de 30 jaar bij dit onderzoek betrokken. De helft van de respondenten was ten tijde van het onderzoek namelijk tussen de 28 en de 33 jaar oud. Dit zegt wellicht iets over de bereidheid van deze leeftijdsgroep om mee te

doen aan onderzoek. Elk van deze respondenten heeft overigens een wetenschappelijke opleiding. Mogelijk is deze groep oververtegenwoordigd omdat ze weet hoe het is om onderzoek te doen en daarbij afhankelijk te zijn van de hulp van respondenten. Hoe dan ook, het is belangrijk om dit in gedachten te houden wanneer we het hebben over externe validiteit. Een onderzoek waarin een leeftijdscategorie onevenredig vaak voor komt, is mogelijk beperkt te generaliseren naar de gehele populatie van freelance journalisten.

Ten tweede valt op dat de deelnemende mannen met een gemiddelde leeftijd van 42 jaar fors ouder waren dan de vrouwen, die gemiddeld 33 jaar waren. Dit is te verklaren door de vrij kleine onderzoekspopulatie, waarbij de deelname van twee 50+ mannen tegenover één 45+ vrouw bepalend is het voor het gemiddelde. Overigens is dit niet direct bepalend voor de uiteindelijke resultaten: dit onderzoek draait niet om cijfers, maar om het hoe en waarom in houdingen van freelance journalisten.

Voor de gehele onderzoekspopulatie geldt dat het opleidingsniveau hoog is. Elke respondent heeft een diploma van een HBO- of WO-opleiding op zak. Vier respondenten volgden onderwijs op een School voor de Journalistiek. De andere acht respondenten genoten een universitaire studie, waarbij hun studierichting verschilde. Politicologie en geschiedenis kwamen elk twee maal voor. Verder werden Nederlands, biomedische wetenschappen, culturele antropologie en recht genoemd. Van de twaalf respondenten volgden er drie na hun bachelor opleiding een master op het gebied van journalistiek van communicatie. Drie anderen volgden na hun master studie ook nog eens een postdoctorale opleiding journalistiek.

Het aantal jaar ervaring als freelancer varieerde enorm. Een respondent vertelde sinds haar afstuderen in september vorig jaar freelancer te zijn: ze was nu zes maanden op weg. Een ander gaf aan net 10 maanden bezig te zijn met freelance werk. Verder gaven vier respondenten aan één tot drie jaar ervaring te hebben. Hiertegenover staan twee uitschieters naar boven toe. De meest ervaren freelancer was een man van 52 jaar die maar liefst veertien jaar ervaring had opgedaan in de freelance journalistiek. Een vrouw van 49 jaar gaf aan elf jaar mee te draaien. Gemiddeld hadden de respondenten vijf jaar ervaring. Overigens waren er een aantal respondenten die aangaven ooit freelancer te zijn geweest en daarna in vaste dienst zijn getreden, om later toch weer terug te keren naar het freelance bestaan. Deze groep is interessant omdat ze een goed beeld heeft van de verschillen tussen freelancers en loondienstpersoneel.

Wat betreft de burgerlijke staat van de respondenten kan gezegd worden dat de helft van hen samenwonend of getrouwd is. De andere helft is single, heeft een latrelatie of is gescheiden. Acht freelancers gaven aan geen kinderen te

hebben. Vier freelancers hadden één of twee kinderen. Van deze vier respondenten woonden er drie samen met hun kind(eren) en partner, de vierde was gescheiden en alleenstaand ouder. De respondenten die geen huishouden delen met een partner zijn als vanzelfsprekend kostwinner. Vier van de zes respondenten die wél een huishouden delen gaven veelal aan ook het kostwinnerschap te delen. Van de andere twee was de een kostwinnaar omdat de partner nog studeerde, de ander gaf aan dat de partner kostwinner was.

Het is belangrijk om bij kenmerken als leeftijd, opleiding, ervaring, burgerlijke staat en kostwinnerschap stil te staan, omdat ze meer kunnen vertellen over waarom en freelancer een bepaalde houding aanneemt.

## 4.2. Werksituatie en carrière

In deze paragraaf besteedt aandacht aan verschillende elementen betreffende de werksituatie en carrière van de freelancers, te weten: de manier waarop ze freelancer zijn geworden (beroepskeuze), de werkzaamheden die ze verrichten, het plegen van acquisitie, de uren die ze maken en de financiële positie die ze innemen als gevolg van hun werk op freelance basis.

### 4.2.1. De keuze voor het freelance bestaan

Van de twaalf freelancers zijn er zeven die ooit vaste dienst geweest. De andere vijf zijn altijd freelancer geweest en zijn nooit in loondienst geweest. Degenen die wél in loondienst waren, zijn om diverse redenen vertrokken. Veelal werd simpelweg het contract niet verlengd of soms was er sprake van een conflict. In een enkel geval koos een respondent zélf om op te stappen, bijvoorbeeld omdat hij of zij het niet naar de zin had of omdat hij of zij een eigen droom wilde nastreven door bijvoorbeeld een boek te gaan schrijven. Voor degenen die er niet direct zelf voor hadden gekozen om te gaan freelancen, geldt veelal dat het werk al snel beviel. Joop (52 jaar, 14 jaar ervaring) zegt hierover:

*Mijn loondienstverband bij een uitgever van een business tijdschrift hield nogal plotseling op. In afwachting van een nieuwe baan ben ik toen gaan freelancen. Dat liep vanaf de eerste dag zo goed, dat ik daarna nooit meer naar een baan heb omgekeken. Zou ook niet meer willen of kunnen.*

Toch bleek er een verschil in de manier waarop de respondenten aanvankelijk aankeken tegen hun contractbeëindiging. Zo vertelde Sophie (32 jaar, 2 jaar ervaring) dat ze 'eigenlijk geen andere optie had' dan om te gaan freelancen, maar



dat ze het vervolgens heel leuk vond. Joop gaf aan dat hij eigenlijk in afwachting was van een nieuwe baan, maar in het freelance-circuit belandde. Voor beiden was de keuze om te gaan freelancen in eerste instantie niet een *bewuste* keuze, maar het werk beviel hen uiteindelijk erg en dus zijn ze freelancer gebleven. Dit ligt anders voor Mieke (25 jaar, 10 maanden ervaring). Na het uitblijven van een contractverlening verbleef ze in het buitenland, waar ze zich realiseerde dat ze helemaal geen baan wilde, maar dat ze voor zichzelf wilde beginnen.

Onder diegenen die níet in loondienst zijn geweest is overigens eenzelfde soort onderscheid te maken tussen diegenen die het als *vanzelfsprekend* ervoeren om freelancer te worden, tegenover diegenen die er meer *bewust* voor kozen. Het argument dat deze laatste groep steevast noemt, is dat vaste banen in de journalistiek niet voor het oprapen liggen. Ook Lieke (33 jaar, 6 jaar ervaring) onderschrijft dit:

*Tijdens mijn opleiding liep ik stage bij een krant, daar deed ik tijdens en na mijn studie klussen voor. Na mijn afstuderen kwamen er geen vaste banen voorbij en bleef ik freelancer. Niet per se een bewuste keuze dus, er waren simpelweg geen banen. Ondertussen was ik er zo aan gewend en liep het allemaal zo goed, dat het zo gebleven is.*

Voor Hanneke (32 jaar, 6 jaar ervaring) was de keuze daarentegen meer bewust. Op de vraag 'Hoe ben je freelancer geworden?' antwoordt ze op de volgende wijze:

*Ik heb daar heel bewust voor gekozen. Ik deed de Postacademische Dagblad Opleiding Journalistiek en liep ik stage bij [een krant]. Ik kreeg een contract aangeboden en dat heb ik afgeslagen. Ik ging naar Londen waar mijn toenmalige vriend een baan kreeg en ging vanaf daar proberen een freelancebestaan op te bouwen. Toen kreeg ik van het AD een freelancecontract als correspondent. Vanaf dat moment ging het snel, want met zo'n functie kom je makkelijker bij andere opdrachtgevers binnen.*

Overigens bleek de groep die de keuze voor een freelance bestaan als *vanzelfsprekend* ervoer groter. Zij zagen dat het heel moeilijk was om als journalist bij een krant of ander nieuwsmedium binnen te komen. Daarbij hadden ze vaak al een goede basis gelegd voor het doen van freelance werk, door bijvoorbeeld stage te lopen bij een nieuwsorganisatie of door het opbouwen van een portfolio voor een opleiding. De contacten en ervaring die ze hiermee opdeden waren een uitgangspunt om verder te gaan met freelancen.

#### **4.2.2. Werkzaamheden**

De groep freelance journalisten werkt hard. Gemiddeld zeggen ze 42 uur te werken. Dat doen ze soms op een kantoor dat ze delen met andere freelancers, die al dan niet in de journalistiek werkzaam zijn. De freelancer die vooral vanuit huis werkt is in de

minderheid. De schattingen over de gewerkte uren lopen uiteen. Zo zijn er freelancers die gemiddeld 32 uur denken te werken, maar ook freelancers die werkweken van zo'n 60 uur maken. Bovendien is er ook nog eens een verschil tussen declarabele en niet declarabele uren. De schattingen hierover lopen enorm uiteen: van 90 procent aan declarabele uren tot aan 40 procent en alles wat daartussen zit. Wellicht komt dit door verschillen in werkwijze. Opvallend is dat niet alleen de verschillen zo groot zijn, maar ook dat vrijwel elke respondent lang moest nadenken voordat hij of zij antwoord kon geven op deze vraag. De reden hiervoor is dat flexibel werk tot uitdrukking komt in flexibele uren. Ook krijgen de freelancers regelmatig per woord, zin of verhaal betaald, wat het lastig maakt een berekening te maken. Toh is dit enigszins verontrustend. Freelancers zijn immers ondernemers. Zouden zij beter op de hoogte moeten zijn van dit aspect van hun financiële positie?

De werkzaamheden die de ondervraagde freelancers uitvoerden bleken erg verschillend te zijn, zowel wanneer het gaat om verschillen tussen de respondenten als binnen het portfolio van een enkele respondent. Zo somde Tom (53 jaar, met tussenpozen 2 jaar ervaring) zijn takenpakket op: schrijver en redacteur bij een vakwebsite, columnist bij een landelijk dagblad, interviewer voor een website van een werving- en selectiebureau, ontwikkelaar voor iPad-toepassingen, af en toe schrijfopdrachten voor een vrouwentijdschrift of opinietijdschrift en op z'n tijd een opdracht zoals het geven van seminars of het schrijven van tentoonstellingsteksten. En zo waren er meer freelancers die zich bezig hielden met diverse opdrachten.

Wat alle twaalf respondenten echter gemeen hebben is dat ze van huis uit schrijvend journalist zijn, of dat nu voor dagbladen, tijdschriften, vakbladen, personeelsbladen, websites of radio is. Er is echter een tweede overeenkomst die vele malen interessanter is. Vrijwel alle freelancers doen naast hun journalistieke opdrachten ook opdrachten met een meer commercieel karakter. Deze soort opdrachten wordt vanaf nu in deze thesis *communicatief* genoemd, omdat ze te plaatsen zijn in het bredere kader van de communicatiesector. Zo is er dus grofweg een onderscheid te maken tussen journalistieke- en communicatieve opdrachten. Slechts twee van de respondenten gaven aan heel zelden een communicatieve opdracht uit te voeren en één respondent meldde *alleen maar* communicatief werk te doen. Voor respondenten die journalistiek werk combineren met meer commercieel, communicatief werk, biedt deze laatste soort financiële zekerheid. Hanneke:

*Ik heb een melkkoe, een website waar ik wekelijks een uur of vier voor werk. Dat vind ik supersaai en stom om te doen, maar het levert me mijn huur op. Ik durf die nog niet vaarwel te zeggen, omdat het een zekerheid is, wat inkomsten betreft.*

Hanneke blijkt hierin niet de enige te zijn. Al is de verhouding tussen journalistieke- en communicatieve opdrachten natuurlijk voor ieder individu verschillend. Of het nu gaat om schrijven voor vak- en personeelsbladen, websites, communicatie- of soms onderzoeksbureaus: feit is dat deze niet-journalistieke opdrachten voor veel freelancers, met een enkele uitzondering daar gelaten, de mogelijkheid scheppen om werk te doen dat ze veelal het liefste doen, namelijk journalistiek schrijven.

#### **4.2.3. Acquisitie**

Bij het binnenhalen van opdrachten gingen de freelancers elk heel verschillend te werk. De één zei maar heel weinig aan acquisitie te doen, de ander moest actief op zoek. Het lijkt aannemelijk dat hierbij het opgebouwde netwerk en de opgedane ervaring bepalend is. Zo gaven beginnende freelancers met twee jaar of minder dan twee jaar ervaring vaker aan actief te moeten netwerken en zo via via opdrachten binnen te halen. Voor meer gevestigde freelancers geldt dit in mindere mate. Zij hebben vaak al veel contacten gelegd. Zo ook Marianne (49 jaar, 11 jaar ervaring). Wanneer haar gevraagd wordt wat ze aan acquisitie doet, antwoordt ze:

*Haha, niets! In het begin natuurlijk wel. Ik heb iedereen die ik kende gebeld, gemaïld, enzovoorts. Daar is een aantal opdrachtgevers uitgekomen. Met de meeste heb ik nog steeds een goede werkrelatie. Overigens vind ik eigenlijk wel dat ik zou moeten acquireren. Ondanks het feit dat ik met mijn opdrachtgevers een goede verstandhouding heb, is deze relatie natuurlijk ook kwetsbaar. Als een hoofdredacteur vertrekt dan ligt het niet voor de hand dat de opvolger dezelfde plannen met mij heeft. Ik weet dat ik me hierbij afhankelijk opstel.*

In tegenstelling tot de freelancers met minder ervaring, hoeft ze alleen nog maar haar bestaande netwerk te onderhouden. Er is dus een verschil tussen het *onderhouden* van een netwerk en het *opbouwen* ervan.

Maar zelfs wanneer er al banden met opdrachtgevers zijn opgebouwd, zijn deze kwetsbaar. Soms is dat door reorganisatie, maar soms ook door een periode van afwezigheid. Zo schreef Hanneke een boek en moest ze na die periode van 'afwezigheid' de boer op voor nieuwe opdrachtgevers. Nieuwelingen die hun netwerk nog moeten opbouwen proberen via via opdrachten te krijgen, gaan naar borrels of versturen ideeën voor artikelen op naar bladen. Emma (30 jaar, 6 maanden ervaring): 'Dat gaat overigens vrij moeizaam als ze je niet kennen'. Zo moeizaam, dat Mieke is opgehouden met het 'leuren' met ideeën bij grote kranten: 'Geen reacties op mails, telefoontjes waarbij je te horen krijgt dat je een mail moest sturen, ideeën die afgekeurd worden... Ik vind het te vermoeiend'. Dit alles lijkt makkelijker te gaan naarmate een freelancer meer contacten heeft. Meerdere respondenten die tot deze groep behoren, geven aan een blad pas aan te schrijven als het een specifiek blad is waarvoor ze willen werken. Veelal hoeven ze dan verder niet actief acquisitie

te plegen en volstaan ze met opdrachten die ze via hun bestaande netwerk vergaren. Bij het plegen van acquisitie is naamsbekendheid dus een sleutelwoord.

#### **4.2.4. Financiële positie**

In financieel opzicht doen de meeste freelancers het prima. Negen van de twaalf respondenten geven aan rond te kunnen komen van hun werk. Echter, vrijwel allemaal maken ze de kanttekening dat de ene periode succesvoller is dan de andere. Op de vraag of hij áltijd rond kan komen van zijn werk, antwoordt Daniël (41 jaar, 10 jaar ervaring):

*Hahahaha, neeee, afgelopen maand bijvoorbeeld nauwelijks, maar gelukkig had mijn vrouw dan weer genoeg opdrachten. Ik heb deze maand en zoals het er naar uit ziet komende maand weer voldoende werk. Maar ik moet wel zeggen dat ik heb gemerkt dat het sinds december vorig jaar zeer mager was. Dat hoor ik ook van collega-freelancers. Het lijkt nu weer wat aan te trekken.*

Net als Daniël laten de respondenten met partner weten dat ze in lastige tijden, zoals de afgelopen economische crisis, kunnen terugvallen op hun partner. De freelancers zonder partner gaven aan gespaard te hebben en een rustige maand veelal te kunnen compenseren. Één beginnende freelancer gaf aan min of meer op studentenniveau te leven zonder hypotheek of verzekeringen en dat er dus ook geen noodzaak was voor een riant salaris.

Opvallend is dat het niet per se de nieuwelingen (met 2 jaar of minder ervaring) zijn die aangeven problemen te hebben om rond te komen van hun inkomen alleen. Tot deze groep behoren drie respondenten, waarvan slechts een van hen recentelijk was afgestudeerd. De andere nieuwelingen die meededen aan dit onderzoek gaven aan redelijk te kunnen rondkomen. Degenen die niet van alleen hun eigen inkomen konden rondkomen, waren Marianne, wiens man kostwinner is, en Tom, die als alleenstaande vader pas recentelijk weer is gaan freelancen. Waar Marianne haar man heeft om op te steunen, zoeken Tom en Emma naar alternatieven. Emma geeft aan:

*Ik kwam erachter dat journalistiek wel het leukste is, maar het minste verdient. Dus moet ik commercieel werk erbij gaan doen.*

Wederom blijkt ook hier weer dat het doen van communicatieve opdrachten van belang is om te kunnen rondkomen.

#### **4.2.5. Balans tussen journalistiek- en communicatief werk**

Het vinden van een balans tussen het doen van werk dat goed verdient en werk dat leuk is, blijkt soms een vrij lastige opgave te zijn. Zoals Billy (37 jaar, 6 jaar ervaring)

mooi verwoordt: 'Beide moeten een beetje in evenwicht blijven in verband met de geestelijke en financiële gezondheid'. Myrthe (28 jaar, 1 jaar ervaring) uit de onvrede die ze hiermee soms heeft:

*Ik zou wel meer journalistiek werk willen doen. Meer voor [een opinieblad] schrijven en ook andere bladen aanschrijven met ideeën. Maar daarmee zou ik niet genoeg brood op de plank krijgen. Dus doe ik soms iets meer bedrijfsjournalistiek dan ik zou willen. Al wil dat niet zeggen dat ik dat geen leuk werk vind. Maar ik zou graag meer mooie journalistieke verhalen, interviews en reportages of achtergrondverhalen willen maken..*

Toch willen de respondenten het geen noodzaak noemen om communicatief werk aan te nemen. Het is misschien niet het werk naar hun directe voorkeur naar uit gaat, maar ook van dit werk kunnen ze leren. De hogere vergoeding die communicatief werk vaak biedt is mooi meegenomen. Slechts een respondent antwoordde met een volmondig 'ja' op de vraag of ze wel eens werk uit noodzaak aannam. Dit was overigens een jonge freelancer die nog niet heel veel jaar ervaring had. Een meer doorgewinterde freelance journalist, Daniël, gaf aan:

*Dat heb ik in het verleden wel gedaan, maar sinds een drie jaar doe ik dit niet meer. Ik merkte dat ik alleen maar aan het schrijven was om de rekeningen te betalen en verloor op den duur het plezier in mijn vak. Dat kostte ook veel energie. Die zet ik nu in op die opdrachten te zoeken en te vinden waar ik wel met zoveel mogelijk plezier aan werk.*

De opvatting heerst dat het uitsluitend aannemen van leuk journalistiek werk een luxe is die met name is weggelegd voor meer ervaren journalisten met naamsbekendheid. Lieke geeft aan dat haar omgang met opdrachten in de loop der jaren veranderd is:

*In het begin zei ik overal ja op, omdat ik gewoon overal ervaring op wilde doen en nog niet de luxepositie had om ergens nee tegen te zeggen. Nu weet ik dat ik eigenlijk overal wel wat van leer. Als ik een opdracht krijg over een onderwerp dat me niet veel boeit, maak ik een afweging: betaalt het goed? Ben ik er veel tijd mee kwijt? Komen andere dingen in de knoei? Is het een opdrachtgever waar ik in de toekomst meer aan kan hebben? Van alleen puur journalistiek werk kan ik niet leven, dus het is fijn om er goed betaalde klussen bij te doen. En soms is het ook niet zo erg om met verstand op nul een klus te klaren en daarna een mooie factuur te kunnen sturen!*

Lieke's ervaring zorgt ervoor dat ze betere afwegingen kan maken in het combineren van journalistiek- en communicatief werk.

Vanuit maatschappelijk oogpunt is het belangrijk om bij deze combinatie van journalistieke- en communicatieve opdrachten stil te staan. Alhoewel de freelancers beide soorten werk goed lijken te kunnen scheiden, is het plaatsen van een kritische noot van belang. Wanneer het een zich mengt met het ander zou er in een slecht

geval immers sprake kunnen zijn van belangenverstrengeling of het vertroebelen van een kritische blik, omdat een journalist zou schrijven terwijl hij of zij met een gekleurde bril naar de werkelijkheid kijkt. Het publiek krijgt dan niet de meest objectief mogelijke informatie, waardoor de democratische functie van de journalist wordt ondermijnd. Of dit daadwerkelijk zo is, is op basis van dit onderzoek niet te zeggen. Wel kan er geconstateerd worden dat het combineren van journalistiek- en communicatief werk typerend is voor het tijdperk van de freelance journalist en dat het in het maatschappelijk belang is om deze manier van werken kritisch te bekijken.

Concluderend: wanneer we het hebben over de werksituatie en carrière van freelancers blijkt dat de meeste respondenten min of meer als vanzelfsprekend in het freelance-circuit terecht kwamen, of ze nu direct van school af kwamen of wanneer hun contract niet verlengd werd. De freelancers maken veel uren, waarbij het per freelancer erg verschilt welk percentage gedeclareerd wordt, al weet niet elke freelancer de verhouding tussen declarabele en niet declarabele uren te noemen. De meeste respondenten werken op een kantoor, al dan niet met andere freelance journalisten. Wanneer nodig wordt het werk thuis voortgezet. Het werk van de deelnemende freelancers divers, maar wat ze gemeen hebben is dat ze van huis uit schrijvend journalist zijn. Een beginnend freelancer steekt veel energie in het opbouwen van een netwerk en het actief plegen van acquisitie. Meer gevestigde freelancers hebben het wat dat betreft makkelijker: zij kunnen de vruchten plukken van het netwerk dat zij gedurende hun carrière hebben opgebouwd. Toch geven de meeste respondenten aan te kunnen rondkomen van hun werk, al dan niet met steun van een eventuele partner. Voor vrijwel iedere respondent geldt dat hij of zij een balans probeert te vinden tussen journalistiek- en communicatief werk. Journalistiek werk is leuk, maar verdient minder. Het communicatieve werk is niet altijd leuk, maar zorgt er wel voor voldoende inkomen. Zo moeten freelance journalisten constant afwegingen maken. Het feit dat freelancers journalistiek- en communicatief werk combineren is bovendien een reden voor de wetenschap om de freelance journalistiek kritisch te bekijken.

Terug naar Bourdieu's veldtheorie. Nieuwkomers moeten een grote inspanning leveren bij toetreding tot het veld. In het begin kennen ze veelal weinig mensen en moeten ze een netwerk *opbouwen*. Meer ervaren freelancers kunnen daarentegen meestal volstaan met het *onderhouden* van hun netwerk, tenzij ambities hebben die buiten hun persoonlijke netwerk liggen. Het lijkt erop dat dit zorgt voor een reproductie van de bestaande *doxa*, de regels van het spel dat in het veld gespeeld wordt. Immers: een freelancer kan pas volledig zijn beroep uitoefenen als hij of zij zichzelf in de kijker heeft gespeeld bij opdrachtgevers. Pas als de

freelancer de *doxa* heeft geïnternaliseerd kan de freelancer een bekende speler in het journalistieke spel worden.

Deze conclusie verdient echter een kanttekening. Want ook al moeten de freelancers in het begin van hun carrière de regels van het spel leren kennen, de meesten van hen geven vooralsnog aan dat zij kunnen rondkomen van hun werk. Dit ondanks de drukkere en minder drukke periodes. Ze nemen naast journalistieke- ook meer commerciële, communicatieve opdrachten aan, die over het algemeen beter verdienen en het mogelijk maken om journalistiek werk te blijven doen. Hierbij trekken de freelancers een duidelijke scheidslijn tussen hun journalistieke- en communicatieve opdrachten. Dit duidt niet op de financiële afhankelijkheid van opdrachtgevers waar pessimistische auteurs het over hebben en in die zin zou er dus geen sprake zijn van een paradox van vrijheid. De freelancers steken het liefste hun energie in kwalitatief goede journalistiek, terwijl hun communicatieve werk compensatie biedt voor het relatief matige loon dat daarmee verdiend wordt. Deze constructie biedt een manier om met onzekerheid in het journalistieke veld om te gaan.

### 4.3. Arbeidsvoorwaarden en onderhandelingspositie

Deze paragraaf omvat antwoorden op twee deelvragen. De eerste is: *hoe denken freelancers over hun arbeidsvoorwaarden?* Hierbij ligt de focus op honorering en handhaving van auteursrecht. Andere onderwerpen zoals pensioen en verlof zijn helaas niet aan bod gekomen vanwege de grote hoeveelheid onderwerpen die al in het onderzoek werden aangesneden. In de interviews moesten de onderwerpen afgebakend worden. De tweede deelvraag is: *hoe is het gesteld met de onderhandelingspositie van freelancers?* Het perspectief van de freelancers op hun relatie met opdrachtgevers staat hierbij centraal. De reden dat beide deelvragen in deze paragraaf worden behandeld, is dat de onderwerpen overlap vertonen.

#### 4.3.1. Honorering

Zonder enige uitzondering geven de freelancers aan dat de hoogte van de honorering per opdrachtgever verschilt. In het algemeen betalen kranten en tijdschriften matig tot slecht, terwijl vakbladen en opdrachtgevers in de communicatiesector een redelijke vergoeding geven. Hierbij wordt vooral betaald per project (of per zin of per woord) en zelden per uur. Die stukprijs maakt het lastig rekenen. Vooral omdat er bij een opdracht vaak een hoop onderzoekswerk komt kijken. Iets waarvan de freelancers vinden dat hun journalistieke opdrachtgevers dat te weinig realiseren. Sophie:

*Ik heb een keertje een aanbod gekregen van een lokale Rotterdamse krant: 40 euro per stuk. Ik zei: als ik dat doorreken kom ik op 1,70 euro per uur. Waarom zou ik als enige Nederlander negentig procent onder het minimumloon gaan werken?*

Sophie stelt hier, net zoals de andere respondenten zeggen te doen, haar grenzen. De freelancer heeft de vrijheid om nee te zeggen en daar maakt hij of zij gebruik van. Het is echter de vraag waarom er freelancers zijn die, ondanks de matige honorering, met dit soort opdrachten instemmen en waardoor de lage stukprijzen van opdrachtgevers gehandhaafd blijven. In sommige gevallen werken ze zelfs voor nagenoeg niets aan een journalistieke opdracht. Een voorbeeld is dagblad De Pers, waarover zich het gerucht de ronde doet dat deze krant haar freelancers helemaal niet betaalt omdat er toch genoeg mensen zijn die voor niets voor de krant willen werken. Frank (28 jaar, 3 jaar ervaring):

*Dat kun je die freelancers niet kwalijk nemen. Zij willen ervaring op doen. Maar van een zogenaamde kwaliteitskrant zou je meer moeten verwachten. Kwaliteit is niet gratis.*

Een reden om in te stemmen met lage tarieven zou vooral het opdoen van ervaring kunnen zijn. Frank: 'Als je bij die bekende media een beetje naam hebt gemaakt, komen je vaker die beter betaalde klussen tegemoet'. Marianne, al jaren freelancer, onderschrijft dit en ziet het om zich heen gebeuren:

*Als je ervaren bent en een goede portefeuille hebt, dan valt het wel mee. Opdrachtgevers weten dan op wie ze kunnen bouwen. Maar vooral jonge journalisten die ook gewoon hun geld moeten verdienen, hebben ontzettend veel last van diegenen die ver onder de prijs werken.*

Het ironische is dat het ook vooral die jonge freelancers of nieuwelingen lijken te zijn die de prijs drukken, omdat juist zij eerder geneigd lijken te zijn om minder goed betaalde opdrachten te accepteren om zo ervaring op te doen en naam te maken.

Overigens zijn het niet alléén de nieuwelingen die tegen lage tarieven opdrachten van gerenommeerd opdrachtgevers aannemen. Ook meer gevestigde freelancers doen dat. Zo ook Daniël. Als hem wordt gevraagd waarom hij opdrachten aanneemt van opdrachtgevers die mindere arbeidsvoorwaarden bieden, zegt hij:

*Omdat die een zekere journalistieke kwaliteit vertegenwoordigen, ik graag onderzoeksverhalen schrijf en publicatie in een dergelijk tijdschrift weer nieuwe opdrachtgevers kan opleveren.*

Ook meer gevestigde freelancers hebben dus hun redenen om in te stemmen met een lage honorering.



Zijn er teveel freelancers die voor een te laag tarief werken en daarmee de markt bederven? Zeven respondenten antwoorden volmondig dat dit inderdaad het geval is. Hiermee nemen ze niet alleen een kritische houding aan ten opzichte van hun collega's, maar ten opzichte van hun opdrachtgevers. Sommige respondenten waren daar heel fel in: zij voelen het alsof de bladen freelancers tegen elkaar uitspelen en dat de lage tarieven een belediging zijn voor de beroepsgroep. Volgens Billy is het grote probleem dat freelancers geen blok kunnen vormen ten opzichte van hun opdrachtgevers, wat ertoe leidt dat opdrachtgevers vaak kunnen eisen wat ze willen. Andere freelancers nuanceren deze visie. Zo ook Mieke:

*Weet je, dit is een markteconomie. We kunnen als freelancers wel elkaar allemaal de schuld geven, maar op een gegeven moment moet je kiezen: of het werk doen dat je leuk vindt, of veel verdienen. Zo werkt het met ondernemen. Ik zie mezelf echt als ondernemer en dat zouden alle journalisten moeten. Ja, freelance journalisten verdienen weinig. Maar in een markteconomie kunnen ondernemers nooit onderbetaald worden.*

Eigen verantwoordelijkheid staat hierbij centraal. Zij onderstrepen dat freelancers nee moeten leren zeggen. 'Je bent tenslotte ondernemer. De loodgieter komt ook niet voor 15 euro per uur', aldus Joop. Toch zijn alle freelancers het erover eens dat journalistiek werk geen vetpot is. Maar wie daarvoor verantwoordelijk is, daar lopen de meningen over uiteen. De meeste freelancers uit dit onderzoek wijzen naar de opdrachtgevers, de anderen naar de freelancers zelf.

#### **4.3.2. Auteursrechten**

Een andere arbeidsvoorwaarde waarover gesproken werd is auteursrecht. Hiermee blijkt het volgens de freelancers redelijk tot slecht is gesteld. Zes freelancers uiten hun zorgen. Onder hen Billy:

*Officieel is het misschien wel goed geregeld, maar in de praktijk wordt die met voeten getreden, voortdurend. Op internet circuleren allerlei artikelen van mij waar nog net even mijn naam of die van het medium waarvoor ik schrijf in wordt verwerkt. Heel soms lukt het om daar een vergoeding voor te krijgen, maar meestal kost het veel tijd en laat ik het er maar bij zitten.*

Vooraf het feit dat veel teksten op internet geplaatst worden maakt het lastig. Het is voor freelancers amper te controleren wie er artikelen vanaf haalt en deze opnieuw openbaar maakt. Puur het karakter van het medium bemoeilijkt de kwestie van auteursrechten. Bovendien kost het nagaan van het naleven van auteursrechten zoals Billy zegt veel tijd. Tijd die voor een freelancer kostbaar is.

Meerdere de freelancers die zich zorgen maken, noemen Sanoma als schrijnend voorbeeld. Sanoma is een grote uitgever van onder andere tijdschriften en kwam vorig jaar met een standaardcontract voor freelancers waarin werd

vastgelegd dat het materiaal gratis kon worden hergebruikt of zelfs kon worden doorgespeeld aan derden. Villamedia meldde tijdens het schrijven van deze scriptie op haar website dat een andere uitgeverij dit voorbeeld misschien zou gaan volgen. De freelancers vonden het zeer kwalijk dat Sanoma deze zet deed. De reden hiervoor is dat ze vinden dat freelancers hiermee onder druk worden gezet: als ze de voorwaarden niet accepteren, krijgen ze geen opdrachten meer. En dat bij een uitgeverij die vele Nederlandse titels op haar naam heeft staan. Opmerkelijk is dat een aantal respondenten ondanks dit alles toch met Sanoma bleek samen te werken. Als deze freelancers zich zorgen maken, waarom tekenen ze dan wel? 'Om gezeur te voorkomen', zegt de een. Een ander gaf aan zich niet machtig genoeg te voelen om het contract te weigeren omdat de woordprijs steeg. Bovendien gaf deze respondent aan simpelweg een lettertje in het contract door te strepen, waardoor de inhoud van het contract veranderde.

De andere zes freelancers gaven aan niet genoeg van het onderwerp te weten om er iets zinnigs over te zeggen of ze gaven aan dat het naar hun idee wel redelijk geregeld was. Myrthe merkt op:

*Maar je moet er natuurlijk wel zelf achteraan. Veel freelancers weten dat volgens mij niet. Maar ik moet toegeven dat ik er ook niet erg alert op ben. Ik struin niet het internet af op zoek naar mijn stukken. Maar het zal alleen maar belangrijker worden. Steeds meer media zetten stukken ook op internet.*

Myrthe beroept zich op de eigen verantwoordelijkheid van de freelancer en ze maakt hiermee een goed punt. Uit de meeste reacties van respondenten kan worden afgelezen dat zij inderdaad niet heel erg bezig zijn met hun auteursrechten. Een gemiste kans, want zoals Myrthe zegt: steeds meer stukken komen op het internet terecht. Ze zouden zomaar een extra inkomstenbron voor freelancers kunnen vormen. Het is de vraag in hoeverre freelancers zelf verantwoordelijk zijn voor het naleven van de auteursrechten en in hoeverre opdrachtgevers verantwoordelijk zijn.

#### **4.3.3. Onderhandelingspositie**

Hoe is het gesteld met de onderhandelingspositie van freelancers? Bij het beantwoorden van deze vraag is het van belang allereerst de relatie tussen opdrachtgevers en freelancers onder de loep te nemen.

Zoals Marianne in paragraaf 4.2.3. al aangaf, is deze relatie vaak kwetsbaar. Hoe goed de relatie met een nieuwsorganisatie ook is, na organisatorische veranderingen kan deze worden verzwakt of verbroken. Het is dan vaak aan de freelancer om deze, indien gewenst, weer op te bouwen. Hieruit blijkt dat de freelancer zich inderdaad aan de periferie van nieuwsorganisaties bevindt: hij of zij moet vaak energie en tijd steken in het opbouwen en onderhouden van contacten

binnen nieuwsorganisaties. Meerdere respondenten gaven aan dit lastig te vinden. Zoals Sophie zei: 'Hoe hou je feeling met de redactie als je altijd op je eilandje zit?' Lieke over de consequenties hiervan:

*[Redacties] voelen zich niet verplicht naar jou toe, er ontstaat niet echt een persoonlijke band. Je kunt jarenlang wekelijks iets doen, en dan toch van het ene op andere moment opzij geschoven worden. Dat is voor redacties natuurlijk ook het voordeel van werken met freelancers, maar zeker in het begin is dat wel even slikken. Nu weet ik wel dat het niet persoonlijk is of te maken heeft met de geleverde kwaliteit. Het is een zakelijke verhouding.*

Om risico te beperken, is het belangrijk om een goede verstandhouding met opdrachtgevers op te bouwen. Alle respondenten geven aan hier belang aan te hechten. Het is de basis van een vruchtbare samenwerking.

Is het voor freelancers in zo'n relatie tot opdrachtgevers zinvol om onderhandelingen aan te gaan? De meningen zijn hierover verdeeld. Het kamp dat onderhandelen vooral als zinloos ervaart, bestaat eerder uit beginnende freelance journalisten. Hun ervaring is dat er in de journalistieke wereld vaak vaststaande tarieven zijn. 'Daar moet je het voor doen'. De budgetten zijn strak en vooraf bepaald. Er wordt hen nooit gevraagd wat zij zelf voor een opdracht willen hebben. Deze groep voelt zich daarom dus niet erg sterk staan op het gebied van onderhandelingen en doet dit dan ook nauwelijks, behalve als het stuk meer tijd gekost heeft dan gedacht of wanneer er veel bijkomende kosten bij kwamen kijken. Desondanks is onderhandelen voor deze freelancers eerder uitzondering dan regel. Een uitspraak van Emma illustreert hoe het voor een beginnening is om te onderhandelen:

*Pas als je een gevestigd en gevierd journalist bent en columns gaat maken ofzo, maakt het volgens mij pas echt uit. [Mijn onderhandelingspositie] wordt steeds beter omdat ik steeds meer durf. Dat is in het begin wel lastig, je voelt je zo'n groentje en durft niet veel te vragen. Dat vindt ik nog steeds moeilijk, maar gaat wel vooruit.*

De onderliggende gedachte van Emma is dat de onderhandelingspositie sterker wordt naarmate men meer ervaring heeft.

Een tweede groep geeft aan dat onderhandelen in sommige situaties wel zin heeft. Het verschilt voor hen per opdrachtgever. Zo wordt Het Parool genoemd als een opdrachtgever waar zeker niet mee valt te onderhandelen. Andere redenen om niet te onderhandelen zijn dat het tijd kost en dat het ertoe kan leiden dat de freelancer als zeur wordt gezien, iets wat niet bepaald meehelpt aan het vestigen van een goede verstandhouding bij opdrachtgevers.

Een derde en laatste groep zegt vrijwel *altijd* te onderhandelen, ook als er niet veel winst uit te behalen valt. Ze kan het belang hiervan niet genoeg onderstrepen. Een aantal van deze freelancers vindt onderhandelingen niet alleen zinvol om er een

gepaste individuele honorering uit te slepen, maar ook vanwege het belang van freelancers als groep. Daniël:

*[Je moet] altijd de discussie aangaan. [Ik heb] zelf ervaren dat het wel degelijk een hoger tarief kan opleveren. Geen schokkende bedragen, maar je laat daarmee zien dat je serieus met je vak bezig bent en kwaliteit levert. [We moeten] de discussie aan blijven gaan ook al weet je dat bij een uitgever van Sanoma de kans klein is dat het lukt. Als freelancers die discussies niet meer aangaan, gaan de tarieven alleen nog maar verder naar beneden. Dat hoeft niet op een botte manier van: 'Ja maar ik vind het een schandig laag tarief', maar bijvoorbeeld met een knipoog aan de redacteur die daar in vaste dienst is: 'Goh en verdien jij netto ook 4 euro per uur en moet jij je pensioen, arbeidsongeschiktheidsverzekering nu ook zelf betalen?'*

Daniël roept dus alle freelancers op om de discussie aan te blijven gaan, puur om een tegenwicht te bieden tegen de machtige spelers in het journalistieke veld. Hij is niet de enige. Meerdere freelancers geven aan dat wie een discussie bij voorbaat zinloos vindt, nooit iets wint. Maar alhoewel veel van de freelancers aangeven hun persoonlijke ondergrens te hebben wat betreft honorering, onderhandelt lang niet iedereen. 'Freelancers moeten nee leren zeggen', zegt Joop. Als meer freelancers onderhandelen, zorgt dat voor een sterkere positie in de mediawereld. Buiten onderhandelingen voeren over honorering, is het ook mogelijk om af te dingen op de werkzaamheden. Marianne: 'Bijvoorbeeld: ik doe minder voorwerk, jullie leveren mij alle namen en gegevens van mensen die moeten worden geïnterviewd... Dat scheelt tijd en dus geld.'

Overigens is er nog een andere manier om tot een sterkere onderhandelingspositie te komen in de mediawereld. Sommige respondenten wezen erop dat freelancers iets bijzonders moeten hebben om 'eruit te springen'. Specialisatie in een bepaald onderwerp kan helpen. Frank zegt hierover:

*De meeste freelancers kunnen niet meer eisen omdat ze niet uniek genoeg zijn. Dat deze mensen voor die tarieven werken is eerder een gevolg van hun zwakke onderhandelingspositie dan van hun domheid of naïviteit. Je kunt alleen meer eisen als je opdrachtgever niet om je heen kan.*

In zo'n geval heeft een opdrachtgever weinig keus als een freelancer meer wil verdienen dan dat de opdrachtgever wil bieden. Zo heeft Frank zichzelf gespecialiseerd in wetenschapsjournalistiek en –communicatie, iets wat hem meer onderscheidend maakt.

Wat betreft onderhandelingspositie zijn de meningen verdeeld. Ook hier blijken aanwijzingen te zijn dat nieuwelingen een zwakkere positie innemen dan meer ervaren journalisten. Deze groep onderhandelt nauwelijks. Verder is er een groep die soms onderhandelt, afhankelijk van de opdrachtgever en de situatie. Tot slot is er een laatste groep die vrijwel altijd onderhandelt, waarbij sommigen van hen het belang hiervan onderstrepen voor de freelance journalist in het algemeen. Wanneer

freelance journalisten op dit gebied een meer actieve houding aannemen, hetzij door de discussie aan te gaan, hetzij door te specialiseren, komt dat ten goede van de sterkte van de positie van de freelance journalistiek in het algemeen.

Conclusie: over het algemeen betaalt journalistiek werk minder goed dan werk in de communicatiesector. Journalistiek werk is meer gewild, maar alleen hiervan kunnen de meeste freelancers niet rondkomen en dus proberen ze een balans te vinden tussen de twee. Hierbij geeft de meerderheid aan ondergrenzen aan de honorering te stellen. Toch worden minder betaalde opdrachten geaccepteerd wanneer de freelancer ervaring op wil doen en naam wil maken, met name wanneer de opdrachtgever een gerenommeerde mediaorganisatie is. Of onderhandelen over de honorering zinvol is, daar zijn de meningen over verdeeld. Het lijkt er in ieder geval op dat nieuwelingen een zwakkere onderhandelingspositie innemen dan ervaren freelancers. Ook over auteursrechten lopen de meningen uiteen: er is een groep die zich oprecht zorgen maakt, een groep die aangeeft te weinig van het onderwerp af te weten om er iets zinnigs over te zeggen en een groep die vindt dat het redelijk is geregeld. Bij dit alles was geen duidelijk verschil tussen beginnelingen en meer ervaren freelancers te vinden.

Al met al lijkt het er ook op het gebied van arbeidsvoorwaarden en onderhandelingspositie op dat beginnelingen het lastig hebben. In het begin kennen ze nog weinig spelers in het journalistieke veld en moeten hun plek zien te veroveren. Wie ervaring heeft, komt makkelijker aan redelijk tot goed betaalde opdrachten. Omwille van het opdoen van ervaring of het vergaren van naamsbekendheid worden slechte betaalde opdrachten aangenomen en als gevolg dalen de prijzen. Maar ook meer ervaren freelancers nemen opdrachten aan tegen bodemprijzen. De reden: ze schrijven graag voor media die een bepaalde journalistieke kwaliteit vertegenwoordigen of het kan leiden tot nieuwe opdrachten en opdrachtgevers. Meerdere freelancers roepen op om meer met elkaar te praten en zo een blok te vormen. Mieke: 'Als wij er met z'n alleen mee zouden stoppen, zouden kranten en tijdschriften leeg blijven. Maar ze weten dat we er niet met z'n allen mee zullen stoppen'. En dus blijft honorering aan de lage kant. Er klinkt daarom ook een roep om de discussie aan te blijven gaan met opdrachtgevers, om de freelance journalistiek steviger in z'n schoenen te doen laten staan.

#### **4.4. Professionalisme**

In deze paragraaf komt professionalisme van freelance journalisten aan de orde.

Onderwerpen van gesprek waren beschouwingen van de freelancers op hun kritische rol voor de journalistiek en hun professionele positie ten opzichte van loondienststers.

#### 4.4.1. Kwaliteit en de kritische rol van freelancers

Wat maakt iemand een kwalitatief goede freelancer? Op de stelling 'freelancers zorgen voor de krenten in de pap van de media' reageert Marianne:

*Ja, een deel zorgt zeker voor de krenten in de pap; een ander deel beschouw ik als broodschrijvers, daartoe reken ik mezelf overigens ook toe. Dat is iemand die puur voor het geld schrijft; weliswaar lol heeft in het werk, maar niet die onderzoeksjournalist is die alles boven water krijgt. Ik vrees dat de tweede groep het grootst is en dat de krenten in de pap in de minderheid zijn.*

Hoewel dit onderscheid tussen 'broodschrijvers' en 'krenten in de pap' door de freelancers in dit onderzoek minder zwart-wit wordt gezien, blijkt de meerderheid zich er toch in te kunnen vinden. Een enkeling komt er openlijk voor uit iets van een 'broodschrijver' in zich te hebben. Zo ook Mieke:

*Er is een aantal freelance journalisten die tijd en energie durven te stoppen in geweldige projecten. Dat vind ik heel lovenswaardig en zorgt inderdaad voor de krenten in de pap. Ik ben alleen niet zó gemotiveerd dat ik op een houtje wil bijten, alleen om een mooi project te kunnen doen. Want vaak is dat wel de consequentie. Plus je moet natuurlijk een Echt Briljant Idee hebben om zoiets te kunnen doen. Ik doe leuke dingen, maar op mijn schaal.*

Een 'broodschrijver' zal dus sneller een communicatieve opdracht aannemen, terwijl een 'krent in de pap' meer is gericht op journalistieke uitdagingen bij gerenommeerde media. Tussen deze twee uitersten ligt natuurlijk een heel groot grijs gebied, waarin freelancers hun eigen balans proberen te vinden tussen puur journalistieke en meer commerciële, communicatieve opdrachten. Over het algemeen is het beeld dat een kwalitatief goede freelancer zijn energie steekt in onderscheidende journalistieke projecten.

Maar in hoeverre dragen freelancers kwalitatief bij aan nieuwsmedia? Een kleine meerderheid van de respondenten vindt dat freelancers geen bijzondere bijdrage leveren aan de kritische blik van media. Althans, in ieder geval niet minder of meer dan dat loondienststers dat doen. Veel van deze respondenten geven aan dat zij denken dat redacties zelf ook wel kritisch genoeg naar hun medium kunnen kijken. Kritisch zijn, 'op alles en iedereen', is immers hun vak. Myrthe: 'Een krant die alert blijft door freelancers, lijkt me een slechte zaak'. Deze freelancers vinden dat de kritische blik zowel voor freelancers als loondienststers zou moeten gelden, al kennen ze onder beide groepen journalisten voor wie het niet opgaat.

Slechts één freelancer, Joop, geeft aan totaal niet te geloven in de kritische rol van freelance journalisten. Hij ziet freelance journalisten primair als verkoper van tekst en beschouwt ze niet als 'hemelbestormende redders'. Hij benadrukt hiermee dat freelancers in de eerste plaats ondernemers zijn en hij vindt niet dat ze daarbij in kwalitatief opzicht een speciale rol moeten vervullen voor de journalistiek.

Toch zijn er ook genoeg freelancers die freelancers wél een bijzondere rol toeschrijven. Hun grootste argument is dat freelancers *out of the box* denken. Voor agendajournalistiek komen ze namelijk nauwelijks in aanmerking en dus moeten ze wel met verfrissende ideeën komen om hun stukken aan de man te kunnen brengen. Daarbij kunnen ze, niet gebonden aan een medium zijnde, kruisbestuiven en worden ze niet afgeleid door kantoorperikelen. Deze ongebondenheid heeft echter twee kanten. Lieke verwoordt ze als volgt:

*Aan de ene kant is een freelancer een relatieve buitenstaander, dus ziet hij of zij soms structuren die voor insiders onzichtbaar zijn. Bijvoorbeeld als een krant of tijdschrift te veel één richting op kijkt, of te veel een kant van het verhaal belicht. Aan de andere kant is het voor ons moeilijker om bovenop het nieuws en de actualiteit te zitten, omdat we verder bij 'het vuur' vandaan zitten.*

Frank is het hiermee eens: er is meestal maar heel weinig communicatie tussen freelancers en redactie. Daardoor scheppen weinig bladen een podium om freelancers die kritische input ook daadwerkelijk te laten geven. Een van zijn opdrachtgevers organiseert daarentegen regelmatig brainstorms waar ook freelancers aan deelnemen. In zijn ogen zouden meer opdrachtgevers dat moeten doen. Op die manier is de freelancer minder geïsoleerd van het reilen en zeilen op de redactie.

Een freelancer die zich tot 'de krenten in de pap' rekent, probeert altijd een balans te vinden tussen het uitvoeren van bijzondere opdrachten en het nemen van financieel risico. Sommige respondenten uiten hun zorgen. Tom:

*Doordat [freelancers] zo slecht betaald worden, blijven heel veel belangrijke verhalen ongeschreven. Dat is ook maatschappelijk zorgwekkend. De krenten in de pap zijn de zoekverhalen die veel tijd en energie kosten. Daar beginnen freelancers eenvoudig niet aan, want daarvoor worden ze veel te slecht betaald. Ontzettend stom van de kranten trouwens. Als ze freelancers die dat ook waarmaken veel meer zouden betalen en bestendige relaties met ze zouden aangaan, zouden ze veel meer scoops en andere spraakmakende verhalen kunnen brengen.*

Het is een van de weinige keren dat een freelancer zich expliciet uitspreekt over de invloed van matige betaling op de kwaliteit van het werk van freelance journalisten. Lage honorering heeft volgens deze respondenten een negatieve invloed op kwaliteit: het zorgt voor minder kwalitatief goede stukken.

Idealiter is een freelance journalist dus iemand die zich onderscheidt en zich bezig houdt met het schrijven voor gerenommeerde nieuwsorganisaties, al heeft niet elk van de respondenten de ambitie om dit ook zelf na te streven. Volgens iets meer dan de helft van de respondenten vervullen freelance journalisten niet een bijzondere rol in de mediawereld. Het andere deel van de respondenten beweert het tegendeel, met het argument dat de freelance journalist door zijn of haar onafhankelijkheid een frisse kijk op de zaak heeft en niet verstrikt raakt in de structuren van de nieuwsorganisatie. In kwalitatief opzicht zal een onderscheidende freelance journalist echter altijd rekening moeten houden met financiële risico's. Sommige respondenten geven aan dat daardoor verhalen ongeschreven blijven. In dit opzicht zou er dus wel degelijk sprake zijn van een paradox van vrijheid.

#### **4.4.2. Vergelijking met loondienst**

Wanneer de respondenten gevraagd wordt of er een verschil is tussen het werk tussen loondiensters en freelance journalisten, zeggen ze veelal dat loondiensters het harde nieuws voor hun rekening nemen en dat freelancers vooral human interest- of achtergrondverhalen schrijven. Dat is geen wet van meden en perzen, maar over het algemeen nemen de freelancers een dergelijke verdeling waar. Freelancers weten dat het dagelijkse nieuws toch wel gevolgd wordt en moeten daardoor wel iets extra's bieden: kennis, bijzondere invalshoeken, contacten of wat dan ook. Want zoals een van de respondenten zei: 'Anders kan een vaste medewerker het ook doen.'

Op de vraag of freelancers beter zijn in hun werk dan loondiensters, reageren de respondenten ontkennend. De antwoorden hebben een strekking die ook terug te vinden is in het antwoord van Daniël:

*Hat hangt zo van de betreffende freelancer of journalist in loondienst af. Ik ken journalisten in loondienst die helemaal vol gaan en de meest fantastische journalistieke producties op hun naam hebben staan en freelancers die grote nieuwsverhalen laten liggen. Over het algemeen zou je misschien kunnen zeggen, ja, maar puur uit noodzaak om je als freelancer te kunnen onderscheiden van je concurrenten.*

De kwaliteit van het werk wordt in bijzonder sterke mate gezien als persoonsafhankelijk.

Toch is zijn er een aantal grote verschillen tussen freelancers en loondiensters, beginnende met de factor tijd. Myrthe:

*Er zijn ook journalisten in vaste dienst die parels afleveren. maar vaak hebben die minder tijd, dat is waar. Soms vergeten mensen alleen dat de tijd van een freelancer ook kostbaar is. Zeker als je er relatief gezien zo weinig voor krijgt. Zoals ik al zei, ik zou meer mooie verhalen willen maken. Maar daar verdien ik niet genoeg mee, dus doe ik ook ander werk en blijft er minder tijd over.*



Freelancers zitten flexibeler in hun uren waardoor ze makkelijker kunnen schuiven en zo nodig veel tijd in een opdracht kunnen stoppen. Bovendien hoeven ze niet te vergaderen, iets wat ook tijd scheelt. Voor loondiensters geldt dit alles in mindere mate omdat zij over het algemeen te maken hebben met kantooruren. Bovendien zorgen drukke redacties ervoor dat de aandacht verspreid moet worden. Voor freelancers blijkt er hier wederom sprake van een spanningsveld tussen tijd, geld en het type opdrachten dat hij of zij uit zou willen voeren.

Er worden door de respondenten ook andere specifieke kenmerken van freelancers genoemd, zoals dat freelancers meer verfrissende ideeën hebben en ambitieuzer zijn omdat ze doen wat ze leuk vinden. Mieke:

*Nou ja, freelancers hebben meer plezier in hun werk. Ze hebben weliswaar financiële sores en alle andere dingen die met ondernemen te maken hebben aan hun hoofd, maar ze doen wat ze leuk vinden. Als je in loondienst bent, heb je die vrijheid lang niet altijd. Als ik ergens echt geen zin in heb, zeg ik gewoon nee tegen een opdracht. Dat gaat niet als je een maandloon gestort krijgt...*

Als keerzijde van deze vrijheid wordt genoemd dat de freelancer harder moet werken. Sommige respondenten geven aan dat zij het gevoel hebben dat freelancers efficiënter werken en productiever zijn. Tom: 'Ze moeten wel, anders hebben ze niet te eten'. Aan de andere kant moeten freelancers wel veel tijd steken in acquisitie en omgang met klanten. Loondiensters hebben simpelweg geen andere 'klant' dan hun werkgever. 'Daardoor kunnen ze al hun tijd en energie steken in goeie verhalen', aldus Tom.

In vergelijking met loondiensters behandelen freelancers meer human interest- of achtergrondverhalen en minder hard nieuws. In kwalitatief opzicht zeggen de freelancers dat er weinig verschillen zijn: er zijn zowel slechte freelancers en goede loondiensters en andersom. Grote verschillen zitten in de beschikbare tijd en, als we de freelancers moeten geloven, in motivatie en werkhouding. Ook in deze paragraaf stuiten we weer op het spanningsveld tussen tijd, geld en het type opdrachten dat een freelance journalist uit zou willen voeren.

#### **4.5. Tevredenheid met het freelance bestaan**

Nu de onderwerpen arbeidsvoorwaarden, onderhandelingspositie en professionalisme behandeld zijn, beantwoordt deze paragraaf de deelvraag: *hoe tevreden zijn freelancers met hun freelance bestaan?* Deze tevredenheid is

opgesplitst in persoonlijke motivatie en waardering door anderen in het journalistieke veld.

#### 4.5.1. Motivatie

Vraag twaalf freelancers naar hun motivatie om te freelancen en je hebt binnen een mum van tijd een grote hoeveelheid prachtige quotes. Hieruit blijkt hoe gedreven de freelancers zijn en hoeveel plezier ze, ondanks de nadelen, aan hun werk beleven.

Het allergrootste voordeel van freelancen blijkt de vrijheid die erbij hoort.

Zonder uitzonderingen noemen de respondenten dit voordeel. Zo ook Sophie:

*Ik ben freelancer omdat ik vrijheid op nummer één heb staan. En al ben ik soms gestrest en berooid, ik voel me wel vrij om werk aan te nemen of niet. Je hebt zelden te maken hebt met loopgravenoorlogen die regelmatig op redacties worden gevoerd. Geen kantoorpolitiek, en altijd de mogelijkheid om op reis te gaan, of voor je zieke vader te zorgen, een dag in de zon te zitten, een ochtend uit te huilen omdat hij niet heeft teruggebeld, op een maandagmiddag bij je oma langs te gaan, kortom: de combinatie werk-privé is veel fijner.*

Voor vrijwel alle respondenten gaat deze vrijheid van het freelance bestaan bóven het hebben van de zekerheid van een vaste baan. Sommige freelancers geven zelfs aan er niet aan te moeten denken om nog ergens in loondienst te moeten werken. Anderen hebben zich nog nooit zo vrij gevoeld. Het bestaan zonder bazen vinden ze heerlijk. Billy komt met de volgende treffende metafoor:

*Freelancers zijn de cowboys van deze samenleving. Net als cowboys zijn ze ongebonden, gaan ze waar het geld zit, vormen ze een groep maar zijn ze ook individualistisch en avontuurlijk! Er zijn nog wel meer overeenkomsten als je even verder denkt. Ook de koe komt op een of andere manier nog terug. Veel freelancers hebben namelijk een 'melkkoe', een goed betalende opdrachtgever waar hun huishouden voornamelijk op drijft...*

De vrijheid die deze cowboys genieten, zorgt ervoor dat ze kunnen doen wat ze leuk vinden. Als ze opdrachten stom vinden, bedanken ze voor de eer. Ze kunnen onderwerpen oppakken puur en alleen omdat zij ze leuk vinden. Ze zijn flexibel en weten bij wijze van spreken vandaag niet wat ze morgen gaan doen. Ze kunnen op vakantie gaan wanneer ze willen. Ze werken voor verschillende klanten waardoor ze verschillende ideeën kwijt kunnen. En staat een opdrachtgever hen niet (meer) aan, dan kloppen ze simpelweg aan bij een ander. Om opgemerkt te worden moeten ze zichzelf dwingen te vernieuwen en kunnen ze op avontuur gaan. Bovenal zeggen ze dat de bevrediging die ze van freelance werk krijgen vele malen groter is dan die ze uit vast werk zouden krijgen. Bovendien worden freelancers meer direct gecompenseerd voor het werk dat ze verzetten: 'Als je harder werkt, verdien je over het algemeen ook meer. Dat is een directe beloning voor hard werken die je in loondienst soms mist', aldus Lieke.

Een andere metafoor die voorbij kwam, was die van de stoelendans. De freelancer is de speler, de opdrachtgever is de stoel. Frank:

*Ik hou wel van die stoelendans, zolang ik een beetje invloed heb op welke stoel ik ga zitten. Het houdt je scherp en fris. En je kunt een beetje uitslapen. Een goede stoelendanser pakt nog die stoel, ook al staat ie er slecht voor als de muziek stopt en als je er eenmaal in zit, blijken er veel meer stoelen dan je met je billen aan kan.*

Ook hieruit valt uit deze metafoor af te leiden dat wie gevestigd is, meer keus heeft. Ervaring geeft meer vrijheid.

Desalniettemin zijn de freelancers niet blind voor de nadelige kanten van hun werk. Freelancers zijn altijd op zoek naar nieuw werk. In rustige tijden verdienen ze weinig tot niets, het werk is nooit klaar, er zijn soms geen collega's om inhoudelijk mee te sparren, ze moeten alles zelf regelen, ze hebben geen betaalde vakantiedagen en worden niet doorbetaald als ze ziek zijn. Bovendien is de vrijheid die ze genieten niet onbeperkt. Joop:

*Als ik een artikel beloof, dan moet ik het ook maken. Dan kan ik niet met de hond naar het strand. Zo zijn er tal van begrenzingen te bedenken. Ook niet onbelangrijk: de noodzaak om geld te verdienen, aan belastingregels voldoen, etc etc.*

Toch wint de vrijheid het op glorieuze wijze van de zekerheid. Slechts één respondent twijfelde aan haar freelance bestaan: Emma. Niet omdat ze het niet leuk vind, maar vanwege haar financiële situatie:

*Het ene moment zoek ik vacatures af naar toch een vaste baan, het andere moment kan ik me niets heerlijkers voorstellen. Op korte termijn vrees ik dat ik toch op zoek moet naar bijverdiensten op de een of andere manier. Op de lange termijn hoop ik te kunnen blijven freelancen en daar fulltime mijn geld mee te kunnen verdienen. Op een ander moment denk ik toch aan een vaste baan. Ik vind het leuk en de onzekerheid kan ik ook wel aan, maar ik kom simpelweg iedere maand een paar honderd euro tekort.*

Emma is met haar zes maanden ervaring een beginnende freelancer. Haar verhaal geeft aan hoe hard het freelance bestaan kan zijn voor nieuwelingen. Voor elk van de andere freelancers geldt dat zij voor geen goud zouden willen ruilen met loondiensters. Deze moderne cowboys koesteren de vrijheid die ze hebben en ze willen zéker niet werken onder het juk van een vaste baan.

#### **4.5.2. Waardering**

Zoals hier al eerder aangegeven is, is de relatie tussen freelancer en opdrachtgever kwetsbaar. Over het algemeen zijn de freelancers echter wel tevreden over hun relatie met hun opdrachtgevers. Toch voelen zich wel eens behandeld als goedkope bladvullers. Een uitspraak van Sophie illustreert dit:

*Sommige bladen verzinnen met hun redactie tijdens een zonnig weekend op de heide de meest idiote ideeën. De schone taak van d freelancer om het onmogelijke uit te voeren. Zo hoorde ik laatst van ene meisje dat voor [een tijdschrift] opa's en oma's moest vinden van precies 100 jaar met kleinkinderen van precies 1 jaar. Daar gaat zoveel tijd inzitten, zo'n zoekopdracht loont zich niet uit. Ik vind dan ook dat bladen en kranten wat flexibeler moeten zijn naar freelancers. Wij worden immers niet per uur betaald, dus dan zit zo'n meisje vijf dagen te zoeken naar 100-jarigen en 1-jarigen. Op die manier worden freelancers nog al eens uitgeknepen.*

De freelancers voelen zich soms behandeld als niets meer dan degenen die de gaten mogen dichten die in kranten en tijdschriften vallen. De opdrachtgever kan het dan soms niet schelen 'hoe je soms hemel en aarde moet bewegen om een verhaal rond te krijgen', aldus Daniël. Bovendien laat de communicatie van de opdrachtgever soms te wensen over. Marianne:

*Soms heb je het idee dat een opdrachtgever zijn opdracht over de muur flikker. Je raapt het op, werkt het uit, levert het in, en dan lijkt het of je 't in het zwarte gat stuurt. Geen reactie, geen dankjewel.*

Desalniettemin geven veel freelancers aan zich zelden ondergewaardeerd te voelen. Wat hen vooral lijkt te ergeren is dat opdrachtgevers geen idee hebben hoeveel tijd er in een opdracht gaat zitten. Hanneke:

*De meeste opdrachtgevers waar ik mee werk weten echt wel hoe zeer ze freelancers nodig hebben. Maar, máár omdat ze de freelancers niet de hele tijd om zich heen zien, hebben ze niet echt een beeld van wat mensen nou de hele dag doen. Waardoor er vaak te licht mee wordt omgesprongen. [Dat merk je aan] dat je vaak precies in kaart moet brengen hoeveel tijd iets kost en dat daar dan aan de andere kant helemaal niet over na is gedacht. Of dat [ik duidelijk moet maken dat] ik een verhaal kan maken, omdat ik al jaren in een netwerk heb geïnvesteerd. Dat het verhaal niet gewoon op straat ligt. Omdat ze me daarbij niet aan het werk hebben gezien, beseffen ze dat niet.*

Opdrachtgevers zijn zich door de fysieke afwezigheid van freelancers niet bepaald bewust van de werkzaamheden die ze moeten verrichten om een opdracht af te ronden. Het verklaart waarom de honorering die freelancers geboden worden aan de lage kant zijn.

Toch kleeft er een probleem aan de beeldvorming rond freelancers. Het beeld heerst namelijk dat freelancers mensen zijn die geen baan kunnen krijgen of zo vrij als een vogel willen zijn. Deze opvatting heerst niet alleen in de mediawereld zelf. Frank:

*Kennissen zeggen ook wel eens 'heb je nou al een baan'? Hoewel dat na een tijdje ophield omdat ze zagen dat ik genoeg leuke en boeiende dingen doe. Maar vaak wordt [freelance werk] wel gezien als een opstapje. Terwijl, als je ondernemer in een andere richting bent, je wel heel cool bent. Ik denk dat het wel een beetje verandert door onze generatie freelancers die er bewust, vol overtuiging, voor kiest.*

Dit imagoprobleem van freelancers zit ze in de weg. Frank voelt het alsof freelancers door opdrachtgevers gezien worden 'niet als mensen die soms hetzelfde werk doen, maar een ander vak beoefenen'. Daarom geven de freelancers aan dat veel journalisten niet weten dat freelance werk een keuze of zelfs een lifestyle is. Het is een mogelijke verklaring waarom freelancers minder verdienen. En dat terwijl ze ondernemers zijn die van verschillende markten thuis moeten zijn en daarom meer kwaliteiten in huis moeten hebben. Hoe komt het dan dat dit imago stand houdt? Allereerst vanwege de hier eerder genoemde fysieke afwezigheid van freelancers op de werkvloer van de nieuwsorganisatie. Maar een ander probleem is dat de freelancers het gevoel hebben dat ze slecht vertegenwoordigd zijn, waardoor hun problemen onzichtbaar blijven voor veel mensen. Het gevolg is dat freelancers zich blijven bevinden aan de periferie van het journalistieke veld. Dit werd pijnlijk duidelijk op de uitreiking van De Tegel, een journalistieke jaarprijs. Sophie: 'Bijna alle genomineerden waren vaste medewerkers, omdat redacties geen stukken insturen van freelancers'.

Ondanks dit alles waren de respondenten over het algemeen tevreden over hun werk. Ook met hun opdrachtgevers zijn de freelancers over het algemeen tevreden. Een mogelijke verklaring is dat freelancers hen tot een bepaalde hoogte zelf voor het uitkiezen hebben: wanneer een opdrachtgever hen niet aanstaat, kunnen ze hem gedag zeggen. Wel hebben ze het gevoel steeds het bestaande beeld van freelancers te moeten corrigeren. Ze moeten uitleggen hoeveel tijd hun werk kost en dat ze bewust freelancer zijn geworden. Toch zijn de meeste freelancers uitermate tevreden met hun freelance bestaan. Ze zouden niet anders willen. Vrijheid is hun grootste goed.

## 5. CONCLUSIE

Freelancers zijn de cowboys van onze samenleving. Ze zijn vrij en ongebonden, gaan waar het geld zit, vormen een groep maar zijn ook individualistisch en avontuurlijk, aldus respondent Billy. Freelance journalisten proberen hun weg te vinden in de prairie die de mediawereld heet, een opdracht die in het onberekenbare Wilde Westen niet altijd even makkelijk is. Hoe waarderen freelance journalisten hun positie in deze mediawereld? Een belangrijke vraag gezien het maatschappelijke van belang media en het feit dat ongeveer 1/3 van het totaal aantal Nederlandse journalisten freelancer is volgens de NVJ.

De veltheorie van Bourdieu vormde een uitgangspunt bij dit onderzoek. Volgens hem is het journalistieke veld één van de velden waaruit de maatschappij bestaat. Zowel binnen als tussen deze velden is er sprake van een permanente machtsstrijd. Het journalistieke veld heeft een autonome en een heteronome pool, waarbij de eerste staat voor de onafhankelijkheid en de tweede voor de invloeden van andere velden. Binnen het veld proberen de spelers constant hun eigen positie te versterken. Het journalistieke veld heeft zijn eigen spelregels, *doxa* genaamd. Deze spelregels zijn vanwege de machtsstrijd aan verandering onderhevig. Door de toetreding van nieuwkomers in het veld kunnen er twee dingen gebeuren. Óf de nieuwkomers passen zich aan omdat ze hun persoonlijk risico willen beperken, waardoor de regels worden gereproduceerd, óf de nieuwkomers onderscheiden zich, zetten zich af tegen de gangbare codes en conventies en herschrijven zo de spelregels. Freelancers zijn relatieve nieuwkomers in de journalistiek. Hun aantal is de afgelopen jaren explosief toegenomen. Bovendien is het worden van freelancer voor jongelingen met journalistieke aspiraties veelal de meest voor de hand liggende optie om toetreding te doen tot het journalistieke veld.

In de wetenschap wordt er op twee manieren over freelance journalisten gedacht. Enerzijds is er het kamp van Das dat zijn zorgen uit. Het basisargument is dat freelancers te maken zouden hebben met een paradox van vrijheid: enerzijds zijn de freelancers vrij om te gaan en staan waar ze willen, anderzijds zijn ze in financieel opzicht afhankelijk van hun opdrachtgevers, wat zou leiden tot een amoebe-achtige schikking naar de wensen van de opdrachtgever. Bovendien zou schamele honorering freelance journalisten de mogelijkheid ontnemen om grondig onderzoek te doen. De kwaliteit van het nieuws zou hieronder lijden. Ook Bourdieu valt onder te brengen in dit kamp. Hij is pessimistisch over journalisten met tijdelijke contracten. In zijn ogen zorgt de onzekerheid die freelancers ervaren voor een verlies aan vrijheid

en in sommige gevallen zelfs tot censuur. Anderzijds is er het kamp van Ryan, wat eigenlijk nauwelijks een kamp valt te noemen omdat Ryan niet veel medestanders vindt. Ryan benadert freelance journalisten op een positieve manier: hun vrijheid maakt dat ze een unieke positie hebben die hun werk en eigenwaarde alleen maar ten goede komt.

In hoeverre voelen freelancers zelf dat zij beperkt worden in het uitoefenen van hun beroep? Hoe sterk vinden zij hun positie? In online interviews met twaalf freelance journalisten werden houdingen gepeild over arbeidsvoorwaarden, onderhandelingspositie, professionalisme en tevredenheid met het freelance bestaan. Een deel van de informatie die de freelancers gaven, stelt somber. Wanneer het gaat om auteursrechten, uiten veel van de freelancers hun zorgen. Acties zoals die van Sanoma worden scherp veroordeeld. Een ander deel geeft aan niet veel van auteursrecht te weten, of niet de tijd te hebben om na te kijken of afspraken worden nageleefd. Een enkeling geeft aan redelijke ervaring te hebben met het herplaatsen van teksten. Ook als het gaat om honorering zijn de bevindingen niet te positief. Communicatief werk verdient dan wel goed, maar journalistiek werk verdient veelal matig. Nieuwkomers nemen slecht betaald werk toch aan om ervaring op te doen, maar ook ervaren journalisten lijken voor matig betaald werk te zwichten: zij schrijven graag voor kwaliteitsmedia die dit soort opdrachten uitdelen, vinden de opdrachten leuk of zien dat dit werk wellicht weer tot andere opdrachten kan leiden. Dit alles drukt de prijs die de freelancers ontvangen voor journalistiek werk.

Overigens zeggen de meeste freelancers wel ondergrenzen te stellen aan wat ze willen verdienen. Maar lang niet iedereen onderhandelt hierover. Vaak ligt het aan de type opdrachtgever of er onderhandeld wordt of niet. Verder zijn het vooral nieuwelingen die onderhandelingen met redacteuren als zinloos ervaren. De algemene gedachte is dat de onderhandelingspositie sterker wordt naarmate met meer ervaring heeft. Er is een groep die zegt indien nodig óltijd te onderhandelen, niet alleen om er zelf winst uit te halen, maar ook als signaal naar opdrachtgevers. Wie wil onderhandelen laat zien dat hij of zij een tegenwicht wil bieden tegen de machtige spelers in het journalistieke veld. Deze groep beroept zich op de eigen verantwoordelijkheid van freelance journalisten hebben in het verbeteren van hun positie in de mediawereld. Ze roepen freelancers op om met elkaar te praten zodat ze meer een blok kunnen vormen.

Op het gebied van professionalisme wordt er onderscheid gemaakt tussen 'krenten in de pap' en 'broodschrijvers'. De eerste groep legt zich toe op hoogstaande journalistieke producties, de tweede op communicatieve opdrachten. Tussen deze twee uitersten ligt een enorm grijs gebied waarin de freelancers hun eigen balans proberen te vinden. Het merendeel van de respondenten streeft ernaar

om een 'krent in de pap' te zijn, al zijn er ook een aantal die er ronduit voor uitkomen dat ze iets van een 'broodschrijver' in zich hebben. In vergelijking met loondienstpersoonlijken maken freelancers meer achtergrond- en human intereststukken. Loondienstpersoonlijken schrijven vooral over hard nieuws. Of freelancers iets bijzonders toevoegen aan de nieuwsorganisatie, daar zijn de meningen over verdeeld. Er is een groep die stelt dat freelancers door hun afstand tot de nieuwsorganisatie meer out of the box kunnen denken, maar er is ook een groep die freelancers geen bijzondere taak toebedeelt. Die afstand tot de nieuwsorganisatie zorgt er overigens ook voor dat de freelancers soms het gevoel hebben verder van het vuur vandaan te zitten en daardoor niet precies op de hoogte zijn van wat er binnen een nieuwsorganisatie speelt. Kwalitatief is er in hun ogen echter geen verschil tussen loondienstpersoonlijken en freelancers: onder beide groepen zijn goede en slechte journalisten te vinden. Wel zouden freelancers harder en efficiënter werken: ze moeten wel, want ze worden direct voor hun inspanningen beloond of erop afgerekend.

Freelancers voeling zich over het algemeen gewaardeerd door hun opdrachtgevers, al laat de waardering soms te wensen over. Dat komt dan vooral doordat ze soms het gevoel krijgen dat ze gebruikt worden om de gaten te vullen die in kranten en tijdschriften vallen. Ook hebben opdrachtgevers vanwege de fysieke afwezigheid van freelancers veelal geen idee hoeveel uur een freelancer in een opdracht moet steken, met lage tarieven als gevolg. Bovendien hebben freelancers soms last van een imago-probleem: de gedachte heerst dat een freelancer geen vaste baan kan of wil krijgen. Daardoor voelen zich soms nogal eens verongelijkt.

Het lijkt er op dat nieuwkomers het inderdaad zwaarder hebben in het journalistieke veld dan dat meer ervaren freelance journalisten dat hebben. Bij de start van hun carrière kennen ze weinig mensen en moeten ze een netwerk *opbouwen*. Meer ervaren journalisten daarentegen kunnen veelal volstaan met het *onderhouden* van hun netwerk. Zij plegen pas actief acquisitie wanneer ze ambities hebben die ze met hun huidige netwerk niet kunnen realiseren. Dit alles betekent inderdaad dat nieuwkomers de spelregels van het journalistieke veld moeten aanleren, voordat ze volledige mee kunnen draaien. Overigens hebben nieuwkomers deze spelregels snel onder de knie. Het lijkt erop dat vooral freelancers met twee jaar of minder dan twee jaar ervaring het lastig hebben. Na een zware opstartperiode van ongeveer twee jaar, lijken de zaken wat soepeler te gaan lopen.

Zoals besproken is lopen freelance journalisten tegen verschillende struikelblokken aan. De mindere kanten van het vak worden echter ruimschoots goedgemaakt door de vrijheid die freelancers genieten. Wat dat betreft stroken de resultaten van deze thesissen met die van Ryan. Bijna alle freelancers in deze studie worden gedreven door een bijna onbegrensd enthousiasme voor het vak. Vrijheid



staat voor hen op nummer één: ze kunnen gaan en staan waar ze willen, kunnen het werk doen dat ze leuk vinden, hoeven geen verantwoording aan bazen af te leggen, hebben verschillende klanten, kunnen een opdracht weigeren... De meeste respondenten moeten er niet aan denken om weer in loondienst te moeten treden nu ze van de vrijheid van het freelance bestaan hebben geproefd.

De voornaamste bevinding van dit onderzoek is dat een freelancer geen vaste positie heeft in het journalistieke veld. Hij of zij beweegt zich namelijk voortdurend tussen de autonome en de heteronome pool van het veld. Dit komt doordat er zowel journalistieke opdrachten van gerenommeerde nieuwsorganisaties worden aangenomen als opdrachten van meer commerciële organisaties die zich buiten het journalistieke veld bevinden. De eerste soort opdrachten heeft veelal de voorkeur, maar het probleem daarmee is dat er vaak niet genoeg mee te verdienen valt om van rond te kunnen komen. Als alternatieve bron van inkomsten wordt de portefeuille aangevuld met de tweede soort opdrachten. Een freelancer moet een balans vinden tussen de twee soorten, en deze balans pakt voor elke freelancer anders uit.

Bestaand onderzoek naar freelance journalisten gaat voorbij aan het feit dat freelancers hun journalistieke en communicatieve opdrachten combineren. Wel wordt er gesproken over het vinden van alternatieve inkomsten, maar dan vooral wanneer het een freelancer niet lukt om rond te komen van journalistiek alleen. Uit de gesprekken met de freelancers bleek dat dit eerder regel is dan uitzondering. Het combineren van de twee soorten opdrachten hoort veelal bij de basisstrategie van de freelancer om te kunnen blijven meedraaien in het journalistieke veld. Juist omdat de combinatie van journalistiek- en communicatief werk tot de basisstrategie van de freelancer behoort, is het belangrijk dat er kritisch te kijken naar de freelance journalistiek. Er bestaat namelijk een mogelijkheid dat commerciële invloeden negatieve gevolgen hebben op de kwaliteit van de journalistiek.

Zoals alle onderzoeken heeft dit onderzoek z'n beperkingen. Zo deden er aan dit onderzoek slechts twaalf respondenten mee. Een dergelijk kleine onderzoekspopulatie kan maar in beperkte mate model staan voor alle freelance journalisten in Nederland, zeker wanneer er verrassend veel respondenten van rond de 30 jaar deelnemen. Bovendien waren de respondenten allemaal van huis uit schrijvend journalist, wat betekent dat dit onderzoek niets kan zeggen over freelance journalisten die zich begeven in andere deelsectoren van de journalistiek. Ondanks dit alles kan dit onderzoek wel informatie verschaffen over de zelfperceptie van freelance journalisten. Hier is in Nederland nog geen onderzoek naar gedaan, maar

hopelijk is deze thesis een opstapje naar verder onderzoek. De groep freelance journalisten is namelijk te groot om te negeren.

Wie verder onderzoek wil doen naar de positie van freelance journalisten, zou zich bijvoorbeeld kunnen richten op journalistieke opdrachtgevers. Omdat deze mensen te maken hebben met zowel freelancers als loondienststers, ontstaat er op die manier een vergelijking tussen de twee typen.

Wat betekent dit alles voor de paradox van vrijheid? In dit onderzoek zijn er inderdaad aanwijzingen voor het bestaan van een paradox. De freelancers koesteren hun vrijheid, maar hebben verder tal van obstakels te overwinnen voor ze ook daadwerkelijk vrij hun beroep kunnen uitoefenen, of het nu gaat om honorering, auteursrecht of onderhandelingspositie. Het is echter de vraag of deze paradox ook daadwerkelijk hun journalistieke werk beïnvloedt. In ieder geval is er met de scheiding van journalistieke- en communicatieve opdrachten een dimensie aan het begrip paradox van vrijheid toegevoegd. Freelancers beperken hun afhankelijkheid van journalistieke opdrachtgevers door ook voor communicatieve opdrachtgevers te werken. Ze trekken een duidelijke scheidslijn tussen de twee soorten opdrachten. Over het algemeen geldt dat het doen van communicatieve opdrachten het in financieel opzicht mogelijk maakt om journalistieke opdrachten na te streven. Want puur journalistieke opdrachten bij gerenommeerde opdrachtgevers zijn voor de meeste freelancers het meest nastrevenswaardig. In dat opzicht zou je zelfs kunnen zeggen dat wetenschappers die beweren dat de paradox van vrijheid bestaat, ongelijk hebben. Zo kunnen kwaliteitskranten voor een relatief lage honorering de meest onderscheidende en getalenteerde schrijvers aan zich binden. Hierbij is het een pré om jezelf te onderscheiden door te specialiseren en jezelf zo in de kijker te spelen. Dat is echter niet iets wat alle respondenten volledig leken te onderschrijven. Wat wel vrijwel elke freelancer beseftte, is dat journalistiek geen vetpot is en dat het uitvoeren van communicatieve opdrachten een must is. In dat opzicht hebben zich aangepast aan de situatie in het journalistieke veld.

Moeten we ons zorgen maken om de kwaliteit van het nieuws? Een terechte vraag. Freelancers mogen zichzelf dan wel vrij voelen en een duidelijke scheidingslijn trekken tussen journalistieke- en communicatieve opdrachten, de manier waarop nieuws gemaakt wordt, is met de toename van freelance journalisten veranderd. Zo zou de invulling van het nieuws in het ergste geval, bewust of onbewust, kunnen worden beïnvloed wanneer degene die het nieuws brengt zich ook begeeft op het commerciële vlak. Wanneer het gaat over de kwaliteit van het nieuws is dit iets wat meegenomen moet worden in de discussie, zeker nu de groep freelancers zo'n groot deel van het totaal aantal journalisten betreft.

## 6. DISCUSSIE

De NVJ sectie Freelance probeert de freelancers in praktisch opzicht te ondersteunen. Omdat een freelancer alleen staat in z'n carrière, is collectieve belangenbehartiging van groot belang. De NVJ adviseert en helpt op het gebied van zaken als belastingen, Verklaring Arbeidsrelatie (VAR), contracten, wetgeving zoals Wet Openbaar Bestuur (WOB) en perskaarten. De vereniging heeft ook een juridische afdeling waarbij advocaten specialistische hulp kunnen bieden aan freelancers die dat nodig hebben. De NVJ organiseert bijeenkomsten waarvan de insteek vooral van praktische aard is.

Brenno de Winter, bestuurslid van de NVJ sectie Freelance en tevens freelance journalist, spreekt van een beroerde situatie voor freelance journalisten. Op dit moment staan de betalingen onder druk en ligt veel risico bij de freelancers zelf. De tijd die ze moeten investeren in opdrachten is in veel gevallen niet lonend. De Winter: 'Wie het niet breed heeft, probeert twee verhalen in een dag te persen'. Deze constatering illustreert het gevaar van afnemende kwaliteit. Daarbij stellen freelancers zich in De Winters ogen te vaak op als een verlengstuk van de redactie. 'Waarom kies je voor het ondernemerschap? Omdat je gelooft dat je een product kan bieden dat een meerwaarde heeft'. Maar het bieden van een meerwaarde, dat ziet De Winter te weinig gebeuren.

De vaststelling in deze thesis dat freelancers zowel puur journalistieke als communicatieve, meer commerciële opdrachten combineren, noemt De Winter herkenbaar. Door het doen van commerciële opdrachten is een freelancer niet volledig vrij, maar is hij of zij mogelijk verwickeld in een commerciële belangenstrijd. Ook de bevinding dat het vooral jonge freelancers zijn die het lastig hebben, onderschrijft hij. Op de NVJ Grote Freelancersdag van 17 juni 2011 was er dan ook een workshop die jonge journalisten en startende freelancers op weg hielp. Desalniettemin vindt De Winter dat de NVJ meer zou kunnen doen voor nieuwelingen. Dat zou kunnen door meer netwerkbijeenkomsten te organiseren. Daarbij zouden ook persvoorlichters betrokken kunnen worden. Deze grote, invloedrijke groep heeft meestal van doen met redacties, maar zelden met freelancers. De Winter: 'Ik heb tenminste nog nooit een persvoorlichter thuis over de vloer gehad'. Een andere optie die hij noemt om freelancers te helpen het in contact brengen van nieuwelingen met meer ervaren freelancers. Deze zouden de jongelingen kunnen helpen om hun verhaal rond te krijgen, maar ook kunnen adviseren op het gebied van praktische zaken.

Het gesprek met de NVJ bevestigt dat hoe leuk freelancers hun werk ook vinden, er nog steeds grote sprongen gemaakt moeten worden in de definitieve vestiging van de freelance journalistiek. De beroepsgroep worstelt. Om de bewustwording hiervan aan te wakkeren, zou toekomstig onderzoek de houding van opdrachtgevers ten opzichte van freelancers onder de loep kunnen nemen. Maar het is wellicht nog belangrijker om te onderzoeken welke initiatieven helpen om de positie van freelancers te versterken.

Naast de door De Winter voorgestelde netwerkbijeenkomsten en de hulp van ervaren freelancers voor nieuwelingen is er nog een belangrijk ander soort initiatief dat aandacht verdient: freelance collectieven. Er zijn er steeds meer zoals Bureau Wibaut, Mediaridders of Mediacontainer. In zo'n collectief verenigen freelance journalisten zich, zodat ze ook kunnen rekenen op feedback van collega's. Op deze bureau's nemen elk van de freelancers hun eigen werk, ervaring, kennis en netwerk mee. Maar ze kunnen er ook sparren en zo hun ideeën aanscherpen. Bovendien kunnen ze gedachten uitwisselen over meer praktische zaken zoals contracten en tarieven. Zo'n collectief maakt dat freelance journalisten sterker staan.

## 7. LITERATUUR EN BRONNEN

### 7.1. Literatuur

- Baarda, D.B. De Goede, M.P.M. & Teunissen, J. 2005. *Basisboek Kwalitatief Onderzoek*. Groningen/Houten: Wolters-Noordhoff.
- Baines, S. 1999. Servicing the media: freelancing, teleworking and 'enterprising' careers. *New technology, Work and Employment* 14 (1), 18-31.
- Bakker, P. 2010. Journalistiek zonder infrastructuur – een reële optie? *Tijdschrift voor communicatiewetenschap* 38 (3), 250-258.
- Bardoel, J. 2010. *Toekomst voor de journalistiek*. Inaugurele rede als hoogleraar Journalistiek en Media aan de Radboud Universiteit in Nijmegen, 17 september 2010.
- Becker, L.B. & Vlad, T. 2009. News Organizations and Routines. In: Hanitzsch, T. & Wahl-Jorgensen, K. (red.). *The Handbook of Journalism Studies*. New York, Londen: Routledge, 59-72.
- Benson, R. & Neveu, E. 2004. *Bourdieu and the Journalistic Field*. Cambridge: Polity Press.
- Berkowitz, D. 1997. *Social Meanings of News*. Thousand Oaks, London & New Delhi: Sage Publications, 401-419.
- Blanken, H. & Deuze, M. 2007. *Popup. De botsing tussen oude en nieuwe media*. Amsterdam/Antwerpen: Uitgeverij Atlas, 215-233 (Negen geboden voor een nieuwe journalistiek).
- Boomen, T. van der. & Bron, G.J. (red.). 2004. *Wij zijn goed. Overlevingsgids voor freelance journalisten*. Amsterdam: Uitgeverij 521.
- Bourdieu, P. 1996. Over televisie. Amsterdam: Uitgeverij Boom.
- Brands, K. 1998. Who's afraid of infotainment? *European Journal of Communication* 13 (3), 315-335.
- Broersma, M. 2010. De transformatie van het journalistieke veld: discursieve strategieën en journalistieke vormen. *Tijdschrift voor communicatiewetenschap* 38 (3), 268-276.
- Buijs, K. 2008. *Journalistieke kwaliteit in het crossmediale tijdperk*. Den Haag: Uitgeverij Boom, 41-156.
- Costera Meijer, I. 2009. *Waardevolle journalistiek. Kwaliteit van leven als normatief ijkpunt voor nieuwsmedia?* Leiden: Drukkerij Mosterd.
- Croteau, D. & Hoynes, W. 2003. *Media/Society. Industries, images and audiences*. Thousand Oaks, London & New Delhi: Sage Publications, 3-30.
- Das, J. 2007. Sydney freelance journalists and the notion of professionalism. *Pacific Journalism Review* 13 (1), 142-160.
- Deuze, M. 2004. *Wat is journalistiek?* Amsterdam: Het Spinhuis.
- Deuze, M. 2007. *Media Work*. Cambridge, VK / Malden, VS: Polity Press, 100-109.
- Deuze, M. 2009. Technology and the Individual Journalist: Agency Beyond Imitation and Change. In: Zelizer, B. (red.) 2009. *The changing faces of journalism. Tabloidization, technology and truthiness*. Abingdon, New York: Routledge, 82-95.
- Dex, S. Willis, J. Paterson, R. & Sheppard, E. 2000. Freelance Workers and Contract Uncertainty: The Effects of Contractual Changes in the Television Industry. *Work, Employment & Society* 14 (2), 283-305.
- Dooley, P. L. 1997. *Taking their Political Place. Journalists and the Making of an Occupation*. Westport, VS: Greenwood Press.

- Drok, N. 2007. De Journalistieke Biotoop. In: Drok, N. (red.) 2007. *De Toekomst van de Journalistiek*. Den Haag: Uitgeverij Boom, 9-21.
- Hazekorn, 2001. New Technologies and Changing Work practices in Irish Broadcasting. In: Tunstall, J. (red.) 2001. *Media Occupations & Professions*. New York: Oxford University Press, 214-226.
- Hesmondhalgh, D. 2007. *The Cultural Industries*. Londen, Thousand Oaks, New Delhi, Singapore: Sage Publications, 189-211.
- IJdens, T. & Werff, H. van der. 2004. *Een Ongewis Bestaan. De beroepspraktijk van schrijvende freelance journalisten in Nederland*. Tilburg: IVA.
- James, N. & Busher, H. 2006. Credibility, authenticity and voice: dilemmas in online interviewing. *Qualitative Research* 6 (3), 403-420.
- James, N. & Busher, H. 2009. *Online Interviewing*. Londen, Thousand Oaks, New Delhi & Singapore: Sage Publications.
- Janssen, S. 2010. De institutionele logica van de journalistiek: onderzoek naar het journalistieke veld in het spoor van Bourdieu. *Tijdschrift voor communicatiewetenschap* 38 (3), 259-267.
- Kester, B.C.M. 2008. Working at the End of the Assembly Line: A Conversation with Joris Luyendijk about the Impossibility of Doing Western-style Journalism in Arab Countries. *The International Journal of Press/Politics* 13 (4), 500-506.
- McManus, J. H. 2009. The Commercialization of News. In: Hanitzsch, T. & Wahl-Jorgensen, K. (red.). *The Handbook of Journalism Studies*. New York, Londen: Routledge, 218-233.
- McNair, B. 2009. Journalism and Democracy. In: Hanitzsch, T. & Wahl-Jorgensen, K. (red.). *The Handbook of Journalism Studies*. New York, Londen: Routledge, 237-249.
- Mosco, V. 2009. The Future of Journalism. *Journalism* 10 (3), 350-352.
- Nies, G. & Pedersini, R. 2003. *Freelance journalists in the European Media Industry*. Verslag voor de European Federation of Journalists, oktober 2003.
- O'Connor, H. Madge, C. Shaw, R. & Wellens, J. 2008. Internet-based Interviewing. In: Fielding, N. Lee, R.M. & Blank, G. 2008. *The SAGE Handbook of Online Research Methods*. Londen, Thousand Oaks, New Delhi & Singapore: Sage Publications, 271-289.
- Opdenakker, R. 2006. Advantages and Disadvantages of Four Interview Techniques in Qualitative Research. *Forum: Qualitative Social Research* 7 (4), artikel 11.
- Paling, K.M. 2010. De krant was een meneer. In: *Hoe het ons verging... Terugkijken tot 2000. SCP-nieuwjaarsuitgave 2010*. Den Haag: Sociaal Cultureel Planbureau, 122-126.
- Paterson, R. 2001. The Television Labour Market in Britain. In: Tunstall, J. (red.) 2001. *Media Occupations & Professions*. New York: Oxford University Press.
- Platman, K. 2004. 'Portfolio Careers' and the Search for Flexibility in Later Life. *Work, Employment & Society* 18 (3), 573-599.
- Preston & Metykova. 2009. From news nets to house rules. Organizational contexts. In: Preston, P. 2009. *The Making of News. Journalism and news cultures in Europe*. Abingdon, New York: Routledge, 72-91.
- Raad Maatschappelijke Ontwikkeling. 2003. *Medialogica*. Den Haag: RMO.
- Ryan, K. M. 2009. The performative journalist: Job satisfaction, temporary workers and American television news. *Journalism* 10 (5), 647-664.
- Schudson, M & Anderson, C. 2009. Objectivity, Professionalism, and Truth Seeking in Journalism. In: Hanitzsch, T. & Wahl-Jorgensen, K. (red.). *The Handbook of Journalism Studies*. New York, Londen: Routledge, 88-101.
- Schudson, M. 2008. *Why democracies need an unlovable press*. Cambridge, Malden: Polity Press.
- Shoemaker, P.J. Vos, T.P. & Reese, S.D. 2009. Journalists as gatekeepers. In: Hanitzsch, T. & Wahl-Jorgensen, K. (red.). *The Handbook of Journalism Studies*. New York, Londen: Routledge, 73-87.

- Singer, J.B. 2003. Who are these Guys?: The Online Challenge to the Notion of Journalistic Profession. *Journalism* 4 (2), 139-163.
- Storey, J. Salaman, G. & Platman, K. 2005. Living with enterprise in an enterprise economy: Freelance and contract workers in the media. *Human Relations* 58 (8), 1033-1054.
- Tijdelijke Commissie Innovatie en Toekomst Pers. 2009. *De volgende editie*. Den Haag: Stimuleringsfonds voor de Pers.
- Walters, E. Warren, C. & Dobbie, M. 2006. *The Changing Nature of Work. A global survey and case study of atypical work in the media industry*. Verslag voor de International Federation of Journalists, 2006.
- Weaver, D. 2008. Methods of Journalism Research – Survey. In: Löffelholz, M & Weaver, D. 2008. *Global Journalism Research. Theories, methods, findings, future*. Malden, Oxford, Victoria: Blackwell Publishing, 106-116.
- Weber, M. 1999. *Politiek als beroep*. Baarn: Agora, 59-63.

## 7.2. Bronnen

- Apache. Jaegher, M. de. 6-1-2010. *De devaluatie van de freelance journalistiek*. <http://www.apache.be/2010/01/de-devaluatie-van-de-freelance-journalistiek/>
- De Nieuwe Reporter. 3-6-2009. *Zeg, wat schuift dat eigenlijk?* <http://www.denieuwereporter.nl/2009/06/zeg-wat-schuift-dat-eigenlijk/>
- De Nieuwe Reporter. Knoop, B. 10-9-2010. *Marktplaats voor freelance journalisten*. <http://www.denieuwereporter.nl/2010/09/marktplaats-voor-freelance-journalisten/>
- De Nieuwe Reporter. Spaniks, P. 20-2-2008. *Debat over auteursrechten gaat voorbij aan belang auteur*. <http://www.denieuwereporter.nl/2008/02/debat-over-auteursrecht-gaat-voorbij-aan-belang-auteur/>
- Hogeschool Utrecht. Bakker, P. Juli 2010. *Kansen voor journalist.nl. De tussenstand*. [http://www.journalist.nl/onderzoek/Tussenverslag\\_onderzoek.pdf](http://www.journalist.nl/onderzoek/Tussenverslag_onderzoek.pdf)
- Het Parool. 15 september 2010. *Storms: 'Jort Kelder moet ontslagen worden'* <http://www.parool.nl/parool/nl/38/MEDIA/article/detail/1014799/2010/09/15/S Storms-Jort-Kelder-moet-ontslagen-woorden.dhtml>
- Hogeschool Utrecht. Bakker, P. & Kok, B. *Onderzoeksvorstel. Uitwisselingsplatform voor journalistiek producties*. [http://www.journalist.nl/onderzoek/Tussenverslag\\_onderzoek.pdf](http://www.journalist.nl/onderzoek/Tussenverslag_onderzoek.pdf)
- Mediakritiek. Debruyne, I. 4-10-2010. *De geëmancipeerde journalist is de journalist van de toekomst*. [http://www.mediakritiek.be/blog/2010/10/de\\_geemancipeerde\\_journalist\\_is\\_de\\_journalist\\_van\\_de\\_toekomst.html](http://www.mediakritiek.be/blog/2010/10/de_geemancipeerde_journalist_is_de_journalist_van_de_toekomst.html)
- Nederlands Genootschap van Hoofdredacteuren. *Code voor de journalistiek*. [http://www.genootschapvanhoofdredacteuren.nl/het\\_genootschap/code-voor-de-journalistiek.html](http://www.genootschapvanhoofdredacteuren.nl/het_genootschap/code-voor-de-journalistiek.html)
- Nederlandse Vereniging van Journalisten. 20-6-2010. *'Tony van der Meulen: 'Drang naar journalistieke kwaliteit blijft'* <http://www.nvj.nl/nieuws/bericht/tony-van-der-meulen-drang-naar-journalistieke-kwaliteit-blijft/>
- Nederlandse Vereniging van Journalisten. 10-10-2010. *NVJ strooit met lege portemonnees op Tijdschriftengala*. <http://www.nvj.nl/nieuws/bericht/nvj-strooit-met-lege-portemonnees-op-tijdschriftengala/>
- Bureau Wibaut. De Vrieze, J. 25-4-2011. *Daarom winnen freelancers nooit een tegel*. <http://www.bureauwibaut.nl/daarom-winnen-freelancers-nooit-een-tegel/>

- Villamedia. 14-4-2011. *NUV-uitgevers willen Sanoma Volgen*. <http://www.villamedia.nl/nieuws/bericht/nuv-uitgevers-willen-sanoma-volgen/#When:10:19:29Z>
- Nederlandse Vereniging van Journalisten. 26-9-2010. *Zelfstandig en toch samen*. <http://www.nvj.nl/nieuws/bericht/zelfstandig-en-toch-samen/>
- De Nieuwe Reporter. Dasselaar, A. 24-3-2011. *Freelancers, stop met klagen*. <http://www.denieuwereporter.nl/2011/03/freelancers-stop-met-klagen/>



## **8. BIJLAGE: CD MET ANALYSEMATERIAAL**