

Fotojournalistiek in perspectief

Een onderzoek naar fotojournalisten
en beeldredacties



(Foto: Gerard Til, www.gerardtil-visuals.com/)

Alexander Pleijter & Frits Gierstberg

Fotojournalistiek in perspectief

**Een onderzoek naar fotojournalisten
en beeldredacties**

Alexander Pleijter

Frits Gierstberg

Maart 2011

Het in dit rapport beschreven onderzoek is uitgevoerd in opdracht van de NVF, de sectie voor fotojournalisten van de Nederlandse Vereniging van Journalisten (NVJ). Het onderzoek is tot stand gekomen dankzij de financiële steun van het Stimuleringsfonds voor de Pers.

Inhoudsopgave

1. Inleiding	7
2. Opzet van het onderzoek	11
3. Fotojournalisten in verandering	15
4. Beeldredacties in verandering	29
5. Samenvatting belangrijkste resultaten	35
6. Conclusies en aanbevelingen	41
Referenties	45
Bijlage 1: Tabellen enquête fotojournalisten	47
Bijlage 2: Interviewgids fotojournalisten	69
Bijlage 3: Vragenlijst interviews beeldredacties	73

1. Inleiding

Roerige tijden voor de fotojournalistiek

Fotojournalisten spelen van oudsher een voorname rol in het informeren over, reflecteren op en ter discussie stellen van actuele maatschappelijke ontwikkelingen. Nieuwsfoto's brengen in beeld wat er in de wereld gebeurt, zetten onderwerpen op de publieke agenda, dragen bij aan meningsvorming en leggen gebeurtenissen vast in het collectief geheugen van de samenleving. Kortom, de fotojournalistiek staat in dienst van het goed functioneren van onze democratie. Zij is daarbij sterk afhankelijk van onder meer de vrijheid van nieuwsgaring, verspreiding van informatie en meningsuiting.

Het lijkt er echter op dat de maatschappelijke rol van de fotojournalistiek steeds verder onder druk komt te staan door enkele prominente ontwikkelingen. We noemen de meest in het oog springende:

- **Krimpende redactionele budgetten:** De vercommercialisering van de media en de opkomst van de beleveniseconomie zetten de markt voor dagbladen en maatschappelijk geïntereerde tijdschriften onder zware druk (Stimuleringsfonds voor de Pers, 2007; Tijdelijke Commissie Innovatie en Toekomst Pers, 2009). Jongere generaties halen hun nieuwsinformatie in toenemende mate van het internet (waar gratis de norm is) en steeds minder uit de krant (Huysmans & De Haan, 2010). Oplagecijfers dicteren in toenemende mate het inhoudelijke beleid van de gedrukte media. De budgetten voor het op pad sturen van eigen fotografen (als die er nog zijn) worden kleiner en redacties kiezen bijgevolg vaker voor foto's van stockbureaus (PEW, 2008). En dat terwijl het bedrijfsleven, de overheid en de politiek steeds meer investeringen doen en professionals aantrekken om middels beeld de publieke opinie te beïnvloeden.
- **Inperking van journalistieke vrijheden:** Binnen een al langer gaande ontwikkeling waarin politiek, overheden en mediamultinationals in toenemende mate controle uitoefenen op de productie en verspreiding van informatie, dienen zich nieuwe fenomenen aan, zoals *embedded journalism*, die inperking van de vrije nieuwsgaring impliceren (HCCS, 2008). Een ander voorbeeld daarvan is de mediacode van de RVD om fotojournalisten op afstand van de leden van het koninklijk huis te houden. Daarnaast worden de journalistieke media door sommige politici met enige regelmaat tot de

veroorzakers van maatschappelijke onrust bestempeld (bv. Donner, 2005; Thom de Graaf, 2006), waardoor hun status als onafhankelijke informatieverspreiders en opiniemakers wordt aangetast.

- **Concurrentie van amateurs:** De digitalisering van de fotografie zorgt enerzijds voor een gemakkelijker gebruik van het medium en voor de snellere verspreiding van foto's, maar de alomtegenwoordigheid van digitale camera's en fotomobieltjes zet ook de positie van de fotojournalist en de nieuwsfotograaf onder druk. De schrijvende pers gaat erop uit met een digitale camera in de zak. Het fenomeen *citizen journalism* oftewel burgerjournalistiek rukt op (Allan & Thorsen, 2009). Dagbladen en nieuwsprogramma's maken er dankbaar gebruik van (Van Oers & Pleijter, 2011), de beroepsgroep kijkt met lede ogen toe. Een neveneffect is wellicht dat de waardering voor het werk van de professionele journalist verder vermindert (Barnett, 2008; YouGov, 2010).

Kortom, het zijn roerige tijden voor de fotojournalistiek en voor fotojournalisten.

Mediabeleidsmatige, politieke, economische en technologische ontwikkelingen bieden fotojournalisten nieuwe uitdagingen en mogelijkheden, maar zetten tegelijkertijd de bestaande beroepspraktijk onder druk.

Onderzoek naar de fotojournalistiek

Naar aanleiding van de hierboven kort geschetste ontwikkelingen stelt de NVJ /NVF (Nederlandse Vereniging van Journalisten/Nederlandse Vereniging van Fotojournalisten) zich vragen over de huidige positie en toekomstige rol van de fotojournalistiek. De beroepsvereniging is bevreesd dat de fotojournalistiek steeds meer gemarginaliseerd wordt. De vragen die de NVJ/NVF zich stelt zijn onder meer: Wat zijn de effecten van deze ontwikkelingen op de maatschappelijke functie, de betekenis en de status van de fotojournalistiek? Kan de fotojournalistiek haar maatschappelijke rol behouden? Krijgen fotojournalisten hun onderwerpen nog op de journalistieke agenda? Hoe ziet de dagelijkse praktijk van de fotojournalist als gevolg van de genoemde ontwikkelingen er uit? Kan, of moet, de fotojournalist mee veranderen met zijn tijd? Zo ja, hoe? Moeten wij de fotojournalistiek misschien opnieuw definiëren? Vanwege al deze vragen heeft de NVJ/NVF het initiatief genomen voor het onderzoek waarover in dit rapport verslag wordt gedaan. De antwoorden op de genoemde vragen zijn niet alleen van belang voor de NVJ/NVF en de volledige beroepsgroep, maar voor iedereen werkzaam in de media en daarbuiten. Het gaat

immers om de positie en het functioneren van een cruciale groep beeldmakers binnen onze in toenemende mate door beelden gedomineerde samenleving.

Om een antwoord te vinden op een aantal van de genoemde vragen is het noodzakelijk om allereerst inzicht te krijgen in hoe fotojournalisten op dit moment werken en hoe zij met de huidige veranderingen en ontwikkelingen omgaan. Op dit terrein is in ons land nog geen onderzoek gedaan. Derhalve is dit onderzoek opgezet met de intentie om een eerste inventarisatie te maken van werkpraktijken en opvattingen over huidige ontwikkelingen in de Nederlandse fotojournalistiek.

2. Opzet van het onderzoek

Doel van het onderzoek

Dit onderzoek heeft als doel inzicht te verwerven in de veranderende beroepspraktijk van de fotojournalist in Nederland. Het onderzoek verzamelt informatie over de positie en status van de fotojournalistiek en geeft indicaties over de richting waarin het vak zich ontwikkelt. De resultaten van het onderzoek zullen van nut zijn voor het lopende debat over de rol van het journalistieke beeld en (professionele) beeldmakers in de media en de samenleving. Zij bieden een kapstok aan overheden, redacties, de beroepsvereniging en journalistieke opleidingen voor het maken van nieuw beleid.

In de inleiding is kort geschetst hoe door toenemende marktwerking, digitalisering, mediale en politieke ontwikkelingen de professionele fotojournalistiek in toenemende mate onder druk is komen te staan. De dagelijkse praktijk waarin fotojournalisten (moeten) werken, verandert daardoor. Het is niet bekend hoe individuele fotojournalisten of de beroepsgroep als geheel met de veranderingen omgaan. Daarom richt dit onderzoek zich op de vraag:

Hoe verandert de beroepspraktijk van fotojournalisten in Nederland anno 2008/2009, en hoe kijkt de beroepsgroep aan tegen de huidige ontwikkelingen?

Onder ‘beroepspraktijk’ wordt hier verstaan de dagelijkse praktijk van het verwerven, uitvoeren en publiceren van zelfgestelde of door anderen verkregen fotojournalistieke opdrachten, inclusief de inbreng van visie en creativiteit, kennisverwerving, netwerken, investeringen in nieuwe technologie, de rol van andere inkomstenbronnen en toekomstverwachtingen.

Onder ‘fotojournalisten’ worden alle fotografen verstaan die journalistieke foto’s maken en publiceren, dus ook degenen die zichzelf niet in de eerste plaats als ‘fotojournalist’ aanmerken, maar zich behalve met fotografie ook bezig houden met bijvoorbeeld video (zogenoeten ‘multimediajournalisten’). Deze brede interpretatie heeft als doel zicht te krijgen op *alle* beoefenaren van fotojournalistiek en niet alleen op degenen wier belangrijkste bron van inkomsten uit fotojournalistiek werk bestaat.

Onderzoeksopzet

Het doel van dit onderzoek is om de veranderende beroepspraktijk van fotojournalisten in kaart te brengen. Daarom richt een belangrijk deel van het onderzoek zich op de fotojournalisten zelf: zij die zich bezighouden met journalistieke fotografie. Zij zijn

ondervraagd over hun persoonlijke werksituaties. Daarnaast is ervoor gekozen om hun afzetmarkt te bekijken: de redacties aan wie zij foto's leveren. Derhalve zijn ook beeldredacteuren ondervraagd. Hieronder volgt een nadere toelichting op de gekozen aanpak, die bestaat uit een drietal onderzoeksdelen:

- **Enquête onder fotojournalisten** om erachter te komen hoe de beroepspraktijk van fotojournalisten eruit ziet, met welke veranderingen de beroepsgroep te maken heeft, hoe zij daar in de praktijk op reageert of in de toekomst mee denkt om te gaan. Daarvoor is een vragenlijst ontwikkeld die op internet is aangeboden als webenquête. Deze enquête is vervolgens in het najaar van 2008 op internet uitgezet met een brede oproep aan fotojournalisten om deel te nemen. Op Villamedia.nl en in De Journalist (vakpublicaties voor journalisten) zijn oproepen geplaatst aan fotojournalisten om de vragenlijst in te vullen. Daarnaast zijn via e-mail uitnodigingen voor deelname verstuurd aan de adressenbestanden van de NVJ/NVF, Nieuwswaarde, Hollandse Hoogte, Zilveren Camera en Pictoright. Dit leverde uiteindelijk 405 respondenten op. Een overzicht van de verzamelde gegevens is te vinden in bijlage 1.
- **Interviews met fotojournalisten** om aan meer achtergrondinformatie over de ervaringen en opvattingen van fotojournalisten te komen. De enquête levert een goed cijfermatig beeld op van de beroepsgroep, maar biedt de respondenten weinig mogelijkheden om uit te wijden over persoonlijke ervaringen, meningen en andere onderwerpen die in de vragenlijst niet aan de orde komen. Daarom is met 28 fotojournalisten een uitgebreider interview gehouden over de ontwikkelingen in hun beroepsveld. Bij de selectie voor de interviews is gericht gekozen voor zoveel mogelijk variatie in de groep geïnterviewden. Daarbij is onder meer rekening gehouden met dienstverband (vast, freelance), werkgebied (lokaal, regionaal, nationaal, buitenland), type opdrachtgevers, leeftijd en geslacht. Deelname aan deze interviews was – net als bij de enquête – anoniem. De gesprekken vonden plaats in het najaar van 2008. De gebruikte interviewgids is te vinden in bijlage 2.
- **Interviews met (chefs van) beeldredacties** van landelijke en regionale dagbladen, opiniebladen, enkele andere tijdschriften en fotopersbureaus, om inzicht te krijgen in het fotobeleid van media en veranderingen daarin. De interviewers zijn in het voorjaar van 2009 op de burelen van de redacties afgenomen aan de hand van een vaste vragenlijst met

zeventien vragen (zie bijlage 3). In totaal is met zestien redacteuren gesproken, waarbij we hebben gekozen voor een relevante spreiding tussen landelijke, regionale, nieuws-, opinie/achtergrond-, betaalde en gratis media. Door beperking van tijd en budget konden niet meer redacties worden bevroegd. De volgende media hebben deelgenomen: ANP (Lilian Lockhorn), Dagblad van het Noorden (Rob de Kam), Elsevier (Sake van Delden), FEM (Anja Bart), Het Financiële Dagblad (Hans Spoelman), Hollands Diep (Nicole Ex), Hollandse Hoogte (Roel Santvoort), Metro (Robert Meij), NRC Next (Annelies Kuiper), Nu.nl (Chris Heijmans), Het Parool (Liesbeth Melkert), PZC (Arie Leen Kroon), De Telegraaf (Johannes Dalhuijsen), Quest (Niels Broekema), de Volkskrant (Gerrit-Jan van Ek), en Vrij Nederland (Jenny Smets).

Verantwoording

De inhoudelijke en methodologische verantwoording voor het onderzoek was in handen van dr. Alexander Pleijter (destijds verbonden aan de Universiteit Leiden, nu de Rijks Universiteit Groningen) en drs. Frits Gierstberg (destijds bijzonder hoogleraar fotografie aan de Erasmus Universiteit, momenteel hoofd tentoonstellingen van het Nederlands Fotomuseum in Rotterdam). Uitvoering en analyse van de enquête is gedaan door dr. Alexander Pleijter, met hulp van Christel van de Burgt. De interviews met fotografen zijn onder begeleiding van dr. Alexander Pleijter uitgevoerd door een groep studenten van de masterspecialisatie Journalistiek en Nieuwe Media van de Universiteit Leiden. De interviews met de beeldredacteuren zijn uitgevoerd onder begeleiding van drs. Frits Gierstberg door de journalisten Bert Pots en Lilian Roos.

Opdrachtgever is de NVJ/NVF. Gedurende de periode van het onderzoek hebben de onderzoekers dankbaar gebruik gemaakt van een klankbordgroep bestaande uit Ellie Speet, Gerard Til, Joep Lennarts en Bert Janssen. Het onderzoek is financieel ondersteund door het Stimuleringsfonds voor de Pers.

In de volgende twee hoofdstukken zullen we de bevindingen van het onderzoek presenteren. Allereerst bieden we in hoofdstuk drie een overzicht van de resultaten van de enquête en interviews. Hiermee geven we een beeld van de beroepsgroep van fotojournalisten qua samenstelling, beroepspraktijk, ervaringen en opvattingen over ontwikkelingen in hun werk. Vervolgens volgen in hoofdstuk vier de bevindingen over de beeldredacties.

3. Fotojournalisten in verandering

De vragenlijst is in het najaar van 2008 uitgezet onder mensen die werkzaam zijn in de journalistiek en zich bezighouden met fotojournalistische werkzaamheden. In totaal is de vragenlijst door 405 respondenten ingevuld. Dit zijn hoofdzakelijk professionele fotojournalisten. Voor een deel gaat het om journalisten die zich behalve met fotografie ook bezighouden met andere journalistieke werkzaamheden, zoals video. Dit hoofdstuk biedt een overzicht van de belangrijkste bevindingen uit de enquête, aangevuld met inzichten uit de open interviews die zijn gehouden met enkele fotojournalisten. In sommige tabellen wijkt het aantal respondenten af van het totaal aantal van 405 respondenten. De oorzaak is dat respondenten soms vragen hebben overgeslagen. In dit hoofdstuk staan tabellen met alle relevante gegevens, uitgebreidere cijfers - inclusief de aantallen missende antwoorden - zijn te vinden in de tabellen in bijlage 1.

Achtergrondkenmerken

In tabel 1 is te zien dat het gros van de respondenten (circa negentig procent) fotojournalisten betreft, dat wil zeggen journalisten die fotografie als belangrijkste werkzaamheid hebben. Zo'n tien procent van de respondenten is het best te typeren als multimediajournalisten, wat wil zeggen dat zij zich behalve met fotografie, ook bezighouden met andere journalistieke activiteiten, zoals filmen en schrijven.

	Frequentie	Percentage
Fotojournalist	362	89%
Multimediajournalist	43	11%
Totaal	405	100%

De gemiddelde leeftijd van de fotojournalisten is 44 jaar; de gemiddelde leeftijd van de multimediajournalisten is iets lager, namelijk 41 jaar. Het gros van beide groepen journalisten is man (zie tabel 2), respectievelijk 84% (fotojournalisten) en 93% (multimediajournalisten). Qua leeftijd wijken fotojournalisten niet af van de totale beroepsgroep van journalisten, waarvan de gemiddelde leeftijd in 2006 eveneens 44 jaar was (Pleijter, Hermans & Vergeer, 2011). De overvloed aan mannen in de fotojournalistiek wijkt wel behoorlijk af van de verhouding tussen mannen en vrouwen in de totale journalistieke beroepsgroep. Weliswaar is daar ook sprake van een dominantie van mannen, maar die is met 62% een stuk kleiner dan in de fotojournalistiek. Fotojournalistiek blijkt echt een mannenberoep.

Fotojournalistiek blijkt ook een vak voor doe-het-zelvers. Dertig procent van de respondenten heeft geen specifieke opleiding voor fotografie gevolgd en is derhalve autodidact. Daarnaast heeft iets minder dan twintig procent een andersoortige opleiding gevolgd, zoals de School voor de Journalistiek. Net iets meer dan de helft volgde wel een fotografieopleiding, namelijk de fotovakschool (25%), kunstacademie (15%) of fotoacademie (12%).

Tabel 2				
Verhouding mannen en vrouwen				
	Fotojournalisten		Multimediajournalisten	
	Frequentie	Percentage	Frequentie	Percentage
Man	300	84%	39	93%
Vrouw	58	16%	3	7%
Totaal	358	100%	42	100%

Werk, inkomen en investeringen

Aan de groep fotojournalisten (dus niet de multimediajournalisten) is gevraagd welke term zij het meest van toepassing vinden om hun werk te typeren (zie tabel 3). Bijna de helft noemt zichzelf bij voorkeur ‘fotojournalist’. Twintig procent prefereert de term ‘persfotograaf’. Een iets kleinere groep betitelt zichzelf als ‘reportagefotograaf’. Een betrekkelijk kleine groep vindt de term ‘nieuwsfotograaf’ het best passen bij de eigen werkzaamheden.

Tabel 3		
Welke term vindt u het best passen bij uw werk als fotojournalist?		
	Frequentie	Percentage
Fotojournalist	166	46%
Persfotograaf	73	20%
Nieuwsfotograaf	11	3%
Documentairefotograaf	44	12%
Reportagefotograaf	68	19%
Totaal	362	100%

Nog geen tien procent van de fotojournalisten geeft aan een vast dienstverband te hebben (zie tabel 4). Ruim negentig procent van de fotojournalisten werk op freelancebasis. Van deze groep freelancers werkt iets meer dan de helft met wisselende opdrachtgevers. De overige freelancers werken met vaste opdrachtgevers. De freelancers hebben ieder gemiddeld bijna acht opdrachtgevers. Een kwart van de freelance fotojournalisten heeft drie of minder opdrachtgevers, en een kwart heeft meer dan zeven opdrachtgevers.

Tabel 4		
Op welke basis werkt u als fotojournalist in hoofdzaak?		
	Frequentie	Percentage
Vast dienstverband	31	8,6
Freelance met vaste opdrachtgever(s)	157	43,4
Freelance met wisselende opdrachtgevers	174	48,1
Totaal	362	100

Fotojournalisten besteden gemiddeld 25 uur per week aan fotojournalistieke werkzaamheden. Aan andere vormen van fotografie besteden ze gemiddeld 15 uur en aan overige journalistieke werkzaamheden (zoals schrijven, redigeren, video) iets minder dan 5 uur. In vergelijking met fotojournalisten besteden multimediajournalisten elke week gemiddeld veel minder tijd aan fotojournalistieke werkzaamheden, namelijk iets minder dan 14 uur, en veel meer tijd aan overige journalistieke werkzaamheden, namelijk gemiddeld 14 uur. Dat is logisch, omdat ze multimediaal werken en derhalve fotojournalistieke activiteiten slechts een onderdeel zijn van de journalistieke werkzaamheden. Aan andere vormen van fotografie besteden multimediajournalisten juist weer veel minder tijd dan de pure fotojournalisten, namelijk gemiddeld zo'n 6 uur per week.

Circa 44 procent van de fotojournalisten haalt zijn volledige inkomen uit het fotojournalistieke werk, en ruim 43 procent haalt een deel van zijn inkomen uit fotojournalistieke werkzaamheden. Een kleine groep fotojournalisten verdient geen droog brood met journalistieke fotografie. Van de multimediajournalisten haalt maar 20 procent zijn volledige inkomen uit fotojournalistieke werkzaamheden. Voor 45 procent is het fotojournalistieke werk goed voor een deel van de inkomsten. Opvallend is de betrekkelijk grote groep van 30 procent die zegt dat fotojournalistieke werkzaamheden slechts zorgen voor 'enige bijverdienste'. Blijkbaar halen zij de hoofdmoot van hun inkomsten uit andere werkzaamheden uit hun multimediale takenpakket.

Tabel 5:				
Aandeel van het totale inkomen uit fotojournalistieke werkzaamheden				
	Fotojournalisten		Multimediajournalisten	
	Frequentie	Percentage	Frequentie	Percentage
Mijn volledige inkomen	157	44%	8	20%
Een deel van het inkomen	155	43%	18	45%
Slechts enige bijverdienste	40	11%	12	30%
Niets	7	2%	2	5%
Totaal	359	100	40	100

Aan zowel fotojournalisten als multimediajournalisten is gevraagd in welke media hun foto's worden gepubliceerd (tabel 6). Websites, vaktijdschriften en regionale dagbladen scoren het hoogst bij fotojournalisten: respectievelijk 50, 38 en 38 procent van de fotojournalisten geeft aan vaak te publiceren in deze media. Websites scoren verreweg het hoogst bij multimediajournalisten; 66 procent geeft aan vaak te publiceren op internet. Opvallend is dat 0 procent van de multimediajournalisten aangeeft vaak te publiceren in landelijke dagbladen, tegenover 25 procent van de fotojournalisten. Ook in opinietijdschriften en vaktijdschriften worden zelden foto's gepubliceerd van multimediajournalisten.

Overigens moet hierbij de kanttekening worden geplaatst dat deze cijfers niets zeggen over de inkomsten die de journalisten verwerven door foto's te publiceren in deze media.

Hypothetisch zou het zo kunnen zijn dat foto's vaak op internet worden gepubliceerd, maar dat de makers daar weinig mee verdienen. Hoeveel inkomsten fotojournalisten per medium verwerven is hier niet onderzocht.

Tabel 6: Publicatie van foto's in typen media				
		Vaak	Soms	Zelden of nooit
Landelijke dagbladen	Fotojournalisten	25%	39%	36%
	Multimediajournalisten	0%	40%	60%
Regionale dagbladen	Fotojournalisten	38%	31%	31%
	Multimediajournalisten	18%	30%	52%
Lokale kranten	Fotojournalisten	22%	19%	58%
	Multimediajournalisten	26%	33%	41%
Opiniebladen	Fotojournalisten	10%	34%	56%
	Multimediajournalisten	0%	18%	82%
Publiekstijdschriften	Fotojournalisten	20%	39%	42%
	Multimediajournalisten	16%	24%	60%
Vaktijdschriften	Fotojournalisten	38%	37%	26%
	Multimediajournalisten	11%	43%	46%
Websites	Fotojournalisten	50%	43%	7%
	Multimediajournalisten	66%	23%	10%

Behalve aan media, leveren de meeste respondenten ook foto's aan andere opdrachtgevers (tabel 7). Bedrijven blijken in dit geval de belangrijkste rol te spelen. Opmerkelijk is het verschil tussen de fotojournalisten en multimediajournalisten: de laatste groep blijkt in vergelijking met de fotojournalisten minder vaak niet-journalistieke opdrachten voor bedrijven, overheidsinstellingen en NGO's te doen.

Tabel 7: Leveren van foto's aan andere organisaties				
		Vaak	Soms	Zelden of nooit
Bedrijven	Fotojournalisten	43%	40%	17%
	Multimediajournalisten	22%	44%	34%
Overheid	Fotojournalisten	25%	46%	30%
	Multimediajournalisten	22%	46%	32%
NGO's	Fotojournalisten	10%	29%	61%
	Multimediajournalisten	14%	11%	74%

Ruim de helft (57%) van de fotojournalisten ervaart dat het steeds moeilijker wordt om aan fotojournalistieke opdrachten te komen (tabel 8). Ook vindt bijna de helft van de fotojournalisten in dit onderzoek (46%) dat de toename aan multimediajournalisten ervoor zorgt dat fotojournalisten hun foto's steeds minder vaak kwijt kunnen. Meer dan een derde van de fotojournalisten (38%) ziet het aanbod van gratis foto's van burgerjournalisten als een probleem.

Tabel 8: Opvattingen over veranderende markt voor fotojournalisten				
	Helemaal oneens	Oneens	Eens	Helemaal eens
Het wordt steeds moeilijker om aan fotojournalistieke opdrachten te komen	3%	23%	57%	17%
Ik kan altijd in alle vrijheid mijn eigen invulling geven aan de opdrachten die ik krijg	2%	37%	51%	10%
Door een toename van multimediale journalisten (bv. schrijvende journalisten die zelf foto's maken) kan ik mijn foto's steeds moeilijker kwijt aan media	4%	25%	46%	25%
Door het toegenomen aanbod van gratis foto's van burgerfotografen kan ik mijn foto's steeds moeilijker kwijt aan media	8%	32%	38%	23%

Ondanks dat ze ervaren dat de markt verslechtert, investeren fotojournalisten en multimediajournalisten veel in camera's, computers, software en cursussen (tabel 9). Fotojournalisten hebben op elk gebied meer uitgegeven dan multimediajournalisten. Zo gaven fotojournalisten het jaar voorafgaand aan de enquête (2007) gemiddeld bijna 4700 euro uit aan camera's en toebehooren, terwijl multimediajournalisten hier bijna 2400 euro aan uitgaven. Aan computers werd respectievelijk door fotojournalisten en multimediajournalisten ruim 2300 en ruim 1300 euro uitgegeven, en aan software respectievelijk 745 en 631 euro. Op het eerste gezicht lijkt het onlogisch dat fotojournalisten meer geld hebben uitgegeven dan multimediajournalisten, omdat het voor de hand ligt dat multimediajournalisten ook flink moeten investeren in apparatuur en software. Maar de vraag in het onderzoek ging specifiek

over investeringen die gericht waren op de fotojournalistieke werkzaamheden. Investerings in videocamera's en videobewerkingssoftware horen daar bijvoorbeeld niet bij. Het zou kunnen dat multimediajournalisten weliswaar minder investeren in zaken die specifiek bedoeld zijn voor fotojournalistieke werkzaamheden, maar daarentegen meer investeren in apparatuur en bijscholing voor hun multimediale werkzaamheden.

Tabel 9: Investerings in het afgelopen jaar voor fotojournalistiek werk		
	Fotojournalisten	Multimediajournalisten
Camera's en bijbehoren (zoals lenzen)	4694 euro	2380 euro
Computers en bijbehoren (zoals printers)	2333 euro	1324 euro
Software (bijv. voor fotobewerking)	745 euro	631 euro
Cursussen of bijscholing	309 euro	134 euro

Wie de bedragen in tabel 9 bij elkaar optelt, komt tot een behoorlijk eindbedrag: de fotojournalisten investeerden gemiddeld 8081 euro over een jaar. Dat is per maand bijna 700 euro. Waarom gaven fotojournalisten zoveel uit? Enkele fotojournalisten gaven een toelichting in de interviews. Zo gaf een van de respondenten als uitleg: "Afgelopen jaar heb ik de switch van Nikon naar Canon gemaakt, waardoor ik een grote investering in fotoapparatuur heb gemaakt." Een ander verklaarde net te zijn begonnen als zelfstandige en had daarom flink geïnvesteerd: "Ik ben net als freelancer begonnen, alle investeringen vielen dus in een jaar." Voor elke fotojournalist geldt dat de technische ontwikkelingen snel gaan. Dat brengt met zich mee dat wie up-to-date wil blijven met apparatuur, om de zoveel tijd weer de portemonnee kan trekken. Zoals een van de fotojournalisten zei: "Investeringskosten zijn de afgelopen jaren hoger geworden door de snelle opeenvolging van cameramodellen, met steeds meer megapixels, enzovoort."

Uit de enquête kwamen grote verschillen in gedane investeringen naar voren. Terwijl sommige respondenten hoge bedragen noteerden, gaven anderen niets uit. Dat gold om te beginnen voor de mensen in vaste dienst, want in hun geval wordt alle apparatuur betaald door hun werkgever. Anderen hadden in voorgaande jaren flink geïnvesteerd en zeiden dat de aanschaf van apparatuur dit jaar niet nodig was. Ze waren reeds voorzien van voldoende modern materiaal. Maar in de komende jaren voorzagen ze wel weer de nodige uitgaven. "Het jaar ervoor had ik veel aangeschaft, ik denk bij elkaar voor zo'n 11.000 euro. Grote uitgaven (zoals camera, lenzen) gebeuren eens in de drie, vier jaar. Dan is de investering aanzienlijk hoger." Nog een andere reden om weinig te investeren bleek de financiële draagkracht. Niet iedereen

heeft de financiële mogelijkheden om flink te investeren: “Ik werk nu met hele oude spullen, maar zou eigenlijk alles opnieuw moeten gaan kopen. Maar... dat is kassa!”

In tabel 9 is te zien dat zowel fotojournalisten als multimediajournalisten verhoudingsgewijs weinig uitgeven aan bijscholing (zoals cursussen), respectievelijk gemiddeld 309 euro en 134 euro. De voornaamste bron voor bijscholing (zie tabel 10) is voor de meesten vakliteratuur (83% van de fotojournalisten en 58% van de multimediajournalisten). Internet blijkt onder multimediajournalisten een populairder medium voor bijscholing dan onder fotojournalisten. Het volgen van cursussen voor bijscholing is in beide groepen niet erg gangbaar (3% van de fotojournalisten en 5% van de multimediajournalisten). De noodzakelijke uitgaven aan apparatuur en gebrek aan tijd zijn daar debet aan. Een fotojournalist: “Geen tijd voor scholing, gewoon werken, proberen, op je bek gaan en daarvan leren.”

Tabel 10:				
Voornaamste bron voor bijscholing in de afgelopen vijf jaar				
	Fotojournalisten		Multimediajournalisten	
	Frequentie	Percentage	Frequentie	Percentage
Vakliteratuur	283	83%	22	58%
Internet	49	14%	14	37%
Cursussen	9	3%	2	5%
Totaal	341	100%	38	100%

Belemmeringen tijdens het werk

Afgelopen jaren is er vaak discussie geweest over fotojournalisten die belemmerd werden tijdens het fotograferen. Uit tabel 11 blijkt dat een behoorlijke groep daar regelmatig mee te maken heeft. Niet zo zeer dagelijks, want die percentages zijn vrij klein, maar per saldo hebben redelijk veel fotojournalisten elke maand te maken met organisaties of personen die hen het werken bemoeilijken.

Het vaakst worden particuliere bewakingsdiensten genoemd: bijna de helft van de fotojournalisten zegt minimaal eens per maand te worden geconfronteerd met bewakers die het fotograferen bemoeilijken. Fotojournalisten blijken dan ook uitgesproken negatief te zijn over beveiligingsmensen. Zo omschreef een van de geïnterviewde fotojournalisten bewakers als: “dat zijn van die mensen van zo’n gymnastiekvereniging, die veel te lang trainen.” En een andere geïnterviewde: “mannetjes met V’tjes op hun borst. Vaak van die jonge ventjes, nog heel trots op dat V’tje. Ik kijk er een beetje cynisch tegenaan.”

De grootste frustratie is dat bewakers in hun ogen vaak bruusk optreden en niet op de hoogte zijn: “Die jongens zijn vaak zo opgefokt. Kijk een politieagent, die zijn ook vaak opgefokt,

maar die hebben nog ergens een voorlichter en die kennen de rechten van een fotojournalist tenminste.” Een andere fotojournalist vertelde: “Weet je wat een ramp is? Van die beveiligingsmensen. Van die mannen met zo’n v’tje op hun borst, alles wordt tegenwoordig beveiligd, tot de kerstmarkt in het tuincentrum aan toe. En dat is een plaag, echt een plaag. Vaak weten die mensen niet precies hoe het in elkaar zit. Die vent krijgt een opdracht mee en wijkt daar niet van af. Vaak strookt het niet met de afspraken die je hebt gemaakt met voorlichters, of met de mensen waar je moet zijn, en dan kom je zo’n man tegen en die weet dan dus niet dat je door mag lopen. Ze weten dan gewoon niet dat jij daar met zo’n armbandje wel mag komen.”

Tabel 11:
Belemmeringen in het maken van foto's door instanties en personen

		Dagelijks	Wekelijks	Maandelijks	Jaarlijks	Zelden
Bewakingsdiensten	Fotojournalisten	4%	20%	23%	23%	30%
	Multimediajournalisten	5%	5%	15%	27%	49%
Politie	Fotojournalisten	3%	10%	21%	28%	38%
	Multimediajournalisten	7%	20%	15%	12%	46%
Overheid	Fotojournalisten	2%	7%	20%	28%	43%
	Multimediajournalisten	7%	5%	7%	27%	54%
Bedrijven	Fotojournalisten	1%	7%	20%	29%	43%
	Multimediajournalisten	2%	12%	15%	27%	44%
Burgers	Fotojournalisten	5%	11%	23%	25%	36%
	Multimediajournalisten	3%	5%	20%	18%	55%

Hoewel de politie in vergelijking met bewakingsdiensten minder vaak als belemmerend werd genoemd in de enquête, ervaren fotojournalisten ook bij politieagenten regelmatig een gebrek aan kennis of inlevingsvermogen. Zo meende een fotojournalist heel stellig: “Er zijn politiemensen die het niet snappen, en er zijn politiemensen die het absoluut niet snappen.” Menig fotojournalisten stoort zich aan het feit dat agenten bijvoorbeeld geen kennis hebben van de politieperskaart: “Soms hebben ze nog nooit een politieperskaart van dichtbij gezien, dat moet je ze gaan uitleggen wat dat inhoudt. Dan moet je gaan uitleggen, wij, houders van de politieperskaart mogen...” Bovendien hebben ze het idee dat de politie weinig waardering heeft voor het werk van journalisten. Zoals een fotojournalist vertelde: “Gewoon geen belang toekennen, niet belangrijk vinden dat er pers is. Een agent is belangrijk, want hij moet de orde bewaren, maar als fotograaf ben je niet belangrijk, je bent gewoon lastig.”

Opvallend genoeg scoren ook burgers behoorlijk hoog als het gaat om het belemmeren van fotojournalisten in de uitoefening van hun beroep. Bijna 40 procent van de fotojournalisten

zegt minstens eens per maand van doen te hebben met lastige burgers. En dan gaat het vaak om mensen op de openbare weg: “De straat is openbare ruimte, maar steeds vaker kom ik mensen tegen die protesteren als ik fotografeer, en die komen dan met termen aan als ‘privacy’ en ‘copyright’, maar dat is onzin, het mag gewoon. Ik kan me altijd beroepen op het recht van nieuwsvergaring. Maar mensen die per ongeluk op mijn foto staan sputteren vaak tegen, of willen geld zien, ook zoiets belachelijks.”

We hebben ook gevraagd of de journalisten het idee hebben dat ze steeds vaker te maken krijgen met allerlei belemmeringen die worden opgeworpen door personen en instanties. De meningen daarover blijken verdeeld (tabel 12). Een kleine meerderheid van 56% vindt dat ze steeds meer last hebben gekregen van bewakingsdiensten. Maar over politie, overheid en bedrijven zegt een meerderheid dat er geen sprake is van toenemende belemmeringen. In dit geval hebben we ook specifiek gevraagd naar belemmeringen tijdens evenementen (zoals sportwedstrijden en concerten), en daar blijkt veel zeer te zitten. Ruim 60 procent vindt dat het daar steeds erger wordt.

Tabel 12:
Ervaren toename van belemmeringen door instanties en personen

		Helemaal oneens	Oneens	Eens	Helemaal eens
Particuliere bewakingsdiensten	Fotojournalisten	6%	38%	39%	17%
	Multimediajournalisten	20%	56%	20%	5%
Politie	Fotojournalisten	8%	48%	35%	9%
	Multimediajournalisten	20%	39%	27%	15%
Overheid	Fotojournalisten	6%	48%	37%	9%
	Multimediajournalisten	20%	49%	22%	10%
Bedrijven	Fotojournalisten	5%	53%	38%	4%
	Multimediajournalisten	12%	61%	22%	5%
Evenementen	Fotojournalisten	22%	17%	56%	5%
	Multimediajournalisten	15%	37%	44%	5%

Degenen die spreken van toenemende belemmeringen refereren in de interviews aan voorbeelden uit de eigen werkpraktijk. Zoals een fotojournalist die al jaren de universiteit als werkterrein heeft: “Ik werk al tien jaar voor de universiteitskrant en sinds enige tijd als ik op de campus loop en foto’s maak word ik regelmatig aangesproken door iemand van de beveiliging met de vraag of ik wel toestemming heb om foto’s te maken. Ik werk er al jaren en dan ineens komt zo’n beleid in openbare gebouwen en dan worden er allerlei beperkingen gesteld.” En zijn er meer journalisten met soortelijke ervaringen op het werkterrein waar ze al jaren actief zijn: “Ik ging bijvoorbeeld vroeger naar voetbalwedstrijden van Heerenveen toe,

en dan stond daar elke keer weer dezelfde beveiligingsman die je kent en dan loop je gewoon door. Maar dat verandert ook steeds, want nu hebben ze een beveiligingsbedrijf ingehuurd en die mensen ken je niet. Dus dan moet je weer legitimeren enzo. En dat merk je gewoon, dat wordt steeds erger.”

Fotojournalisten ervaren ook een steeds negatievere houding als ze fotograferen. Bijvoorbeeld omdat organisaties steeds meer controle willen hebben over hun imago: “Ik merk ook dat bedrijven steeds meer de journalistiek willen regisseren, naar eigen hand willen zetten, want ze willen alleen positief nieuws in de media en geen negatief. En ja de journalist wordt toch altijd gezien als de boosdoener.”

Burgerfotojournalisten

Over burger- of amateurfotografen wordt verschillend gedacht door de respondenten (tabel 13). De meerderheid toont zich behoorlijk negatief over de fotograferende amateurs en ziet hen zelfs als serieuze bedreiging. Bijna driekwart van de fotojournalisten zegt last te hebben van amateurfotografen die hen in de weg lopen. Verder is in totaal meer dan zestig procent van de fotojournalisten van mening dat burgerjournalisten broodroof plegen bij beroepsfotojournalisten. Die mening is een stuk minder populair onder de groep van multimediajournalisten, want daarvan is maar een kwart die mening toegedaan. Desondanks meent tweederde van deze groep dat burgerjournalisten serieuze concurrenten van beroepsfotojournalisten zijn, terwijl iets minder dan de helft van de fotojournalisten daar zo over denkt.

Een ander opvallend verschil van inzicht tussen fotojournalisten en multimediajournalisten betreft het ethisch besef van fotograferende amateurs. De fotojournalisten zijn daar in groten getale negatief over: zo'n zeventig procent vindt dat burgerfotojournalisten geen ethische grenzen kennen. De multimediajournalisten zijn minder negatief, want van hen is zeventig procent het niet eens met die stelling. Het is dan ook niet verwonderlijk dat zo'n negentig procent van de fotojournalisten het belangrijk vindt om onderscheid te maken tussen amateurfotojournalisten en professionele journalisten. Een manier om dat te doen is het invoeren van een specifieke beroepscode voor fotojournalisten. De professionals blijken daar in meerderheid voorstander van te zijn: tachtig procent van de fotojournalisten en zeventig procent van de multimediajournalisten vindt invoering daarvan nuttig.

Als gevraagd wordt naar het toekomstige werkveld van fotojournalisten (tabel 14), dan geeft de meerderheid van beide groepen fotojournalisten aan dat beroepsfotojournalisten en burgerfotojournalisten voortaan naast elkaar zullen bestaan (64% van de fotojournalisten en 76% van de multimediajournalisten). Een kleine groep denkt dat de hype van burgerjournalistiek na verloop van tijd vanzelf zal overwaaien. Een iets kleinere groep is een

stuk pessimistischer en voorspelt dat de professionele fotojournalistiek op den duur zelfs het loodje zal leggen.

Tabel 13:
Opvattingen over burgerfotojournalistiek

		Helemaal oneens	Oneens	Eens	Helemaal eens
Het is nuttig om een beroepscode voor fotojournalisten in te voeren	Fotojournalisten	3%	19%	50%	29%
	Multimediajournalisten	7%	22%	56%	15%
In tegenstelling tot beroepsfotojournalisten kennen burgerfotojournalisten geen ethische grenzen	Fotojournalisten	4%	27%	41%	28%
	Multimediajournalisten	32%	39%	20%	10%
Burgerfotojournalisten plegen broodroof bij beroepsfotojournalisten	Fotojournalisten	6%	31%	33%	29%
	Multimediajournalisten	32%	39%	10%	20%
Burgerfotojournalisten zijn serieuze concurrenten voor beroepsfotojournalisten	Fotojournalisten	8%	45%	29%	18%
	Multimediajournalisten	12%	20%	51%	17%
Ik heb regelmatig last van amateurfotografen die in de weg lopen	Fotojournalisten	5%	24%	36%	36%
	Multimediajournalisten	17%	29%	37%	17%
Het is belangrijk om onderscheid te maken tussen professionele fotojournalisten en amateurs	Fotojournalisten	1%	10%	37%	52%
	Multimediajournalisten	12%	27%	37%	24%

Tabel 14:
Opvattingen over beroepsfotojournalisten versus burgerfotojournalisten

	Fotojournalisten		Multimediajournalisten	
	Frequentie	Percentage	Frequentie	Percentage
Op afzienbare termijn zullen beroepsfotojournalisten het afleggen tegen burgerfotojournalisten	52	15%	4	10%
Beroepsfotojournalisten en burgerfotojournalisten zullen voortaan naast elkaar bestaan	231	64%	31	76%
Op den duur zal de hype van burgerfotojournalisten verdwijnen	76	21%	6	15%
Totaal	359	100%	41	100

Met betrekking tot de toekomst van de multimediajournalisten, zijn journalisten verdeeld (tabel 15). Een gelijke groep fotojournalisten en multimediajournalisten gelooft dat het aantal fotojournalisten drastisch zal afnemen, en slechts een enkeling nog puur en alleen met fotografie bezig zal zijn (respectievelijk 45 en 40%). En een gelijke groep fotojournalisten en multimediajournalisten gelooft dat multimediajournalisten geen bedreiging voor fotojournalisten zijn, omdat aan gespecialiseerde fotojournalisten evenveel behoefte zal blijven bestaan (respectievelijk 47 en 45%).

Tabel 15:				
Opvattingen over fotojournalisten versus multimediajournalisten				
	Fotojournalisten		Multimediajournalisten	
	Frequentie	Percentage	Frequentie	Percentage
Over enkele jaren zijn er geen fotojournalisten meer, want dan zijn alle journalisten uitgerust met een foto- of videocamera	31	9%	6	15%
Het aantal fotojournalisten zal drastisch afnemen, slechts een enkeling zal nog puur en alleen met fotografie bezig zijn	160	45%	16	40%
De 'multimediajournalisten' zijn geen bedreiging voor fotojournalisten, aan gespecialiseerde fotojournalisten zal evenveel behoefte blijven bestaan	166	47%	18	45%
Totaal	357	101%	40	100%

Fotojournalistieke prijzen

Nog geen dertig procent van de fotojournalisten stuurt elk jaar of bijna elk jaar een foto in voor de Zilveren Camera. Een derde geeft aan nooit een foto in te sturen. Van de multimediajournalisten stuurt nul procent jaarlijks of bijna jaarlijks een foto in voor deelname. Het percentage dat nooit een foto heeft ingestuurd bedraagt meer dan tachtig procent. Meedingen naar de World Press Photo is nog minder in trek: 69 procent van de fotojournalisten en 93 procent van de multimediajournalisten geeft aan nooit een foto in te hebben gestuurd. Zo'n tien procent van de fotojournalisten stuurt elk jaar of bijna elk jaar iets in. Bij de multimediajournalisten is dit percentage wederom nul.

Tabel 16:						
Deelname aan Zilveren Camera en World Press Photo						
		Elk jaar	Regelmatig, maar niet elk jaar	Soms	Ooit één keer	Nooit
Zilveren Camera	Fotojournalisten	14%	14%	20%	18%	33%
	Multimediajournalisten	0%	0%	7%	12%	81%
World Press Photo	Fotojournalisten	4%	5%	10%	12%	69%
	Multimediajournalisten	0%	0%	2%	5%	93%

De meerderheid van de respondenten vindt prijzen als de Zilveren Camera en de World Press Photo belangrijk (tabel 17). Meer dan veertig procent van de fotojournalisten ziet het als een belangrijk middel om de kwaliteit van de fotojournalistiek te stimuleren. Een kwart ziet het belang van deze prijzen in de promotie van het werk van professionals. Zo'n tien procent noemt als motief om de beste nieuwsfoto's te eren.

Tabel 17:				
Opvattingen over prijzen als de Zilveren Camera en World Press Photo?				
	Fotojournalisten		Multimediajournalisten	
	Frequentie	Percentage	Frequentie	Percentage
Belangrijk om kwaliteit van de fotojournalistiek te stimuleren	156	43%	11	26%
Belangrijk om het werk van professionals te promoten	97	27%	11	26%
Belangrijk om de beste nieuwsfoto's te eren	38	11%	5	12%
Niet belangrijk	47	13%	9	21%
Geen mening	22	6%	6	14%
Totaal	360	100%	42	100%

Wanneer wordt gevraagd welke foto's mogen meedingen naar deze prijzen (tabel 18), dan verschillen fotojournalisten en multimediajournalisten van mening. Het gros van de fotojournalisten vindt dat alleen foto's van beroepsfotografen ingezonden mogen worden (de helft van de fotojournalisten heeft deze mening, tegenover minder dan twintig procent van de multimediajournalisten). Het gros van de multimediajournalisten (zestig procent) vindt dat alle foto's ingezonden mogen worden, omdat het gaat om de foto's en niet om de makers. Onder fotojournalisten is dat idee minder populair; in die groep is dertig procent die mening toegedaan.

Tabel 18:				
Opvattingen over foto's die zouden mogen meedoen aan wedstrijden als de Zilveren Camera en World Press Photo				
	Fotojournalisten		Multimediajournalisten	
	Frequentie	Percentage	Frequentie	Percentage
Alleen foto's van beroepsfotografen	175	49%	7	17%
Alleen foto's van professionele fotografen	51	14%	5	12%
Alle foto's, het gaat om de foto's niet om de maker	108	30%	25	60%
Geen mening	27	8%	5	12%
Totaal	361	100%	42	100%

4. Beeldredacties in verandering

In het voorjaar van 2009 is een aantal interviews afgenomen met beeldredacteuren van landelijke en regionale dagbladen, opiniebladen en enkele nieuwssites. Het doel was om inzicht te verkrijgen in hun fotobeleid en hoe zij tegen de veranderende beroepspraktijk van fotojournalisten aankijken. In totaal is met zestien redacteuren gesproken, waarbij is gekozen voor een zekere spreiding tussen landelijke, regionale, nieuws-, opinie/achtergrond-, betaalde en gratis media. Ook zijn redacteuren van twee fotopersbureaus geïnterviewd. Hieronder volgen de belangrijkste bevindingen per vraag.

De beeldredacties

Wie zitten er in de beeldredactie? Alle ondervraagde media hebben beeldredacteuren in dienst, meestal parttime. Daar zijn vaak beeldbewerkers aan toegevoegd, soms ook vormgevers. Het aantal betrokken personen kan oplopen tot tien (de Volkskrant, Financieel Dagblad).

Beeldredacties doen in sommige gevallen àl het beeld, dus niet alleen de foto's. De chef beeldredactie neemt de beslissingen over plaatsing – nooit alleen, maar samen met de hoofdredacteur en soms de vormgever. Alleen bij de PZC is geen aparte foto- of beeldredactie: de redacteur stuurt de fotograaf aan. Fotografen maken formeel geen deel uit van beeldredacties, ofschoon zij soms wel hun voorkeuren mogen aangeven wanneer zij een serie foto's aanleveren waaruit moet worden gekozen.

De redactionele inbreng van fotografen, ook degenen die in vaste dienst zijn, is erg beperkt en vaak zelfs nihil. Bij de Volkskrant luistert de beeldredactie wel naar verslaggevers als het gaat om kiezen van foto's voor artikelen, maar de uiteindelijke beslissing nemen de beeldredacteuren. Bij sommige redacties mogen fotografen onderwerpen aandragen voor rubrieken met alleen foto's. Opdrachten mogen in het algemeen wel zelfstandig, dat wil zeggen naar eigen inzicht, door fotografen worden uitgewerkt. NRC Next steekt veel tijd in goede briefings en laat redacteuren en fotografen soms met elkaar sparren over de beste invalshoek. Dat laatste gebeurt ook bij FEM.

Vaste en freelance fotografen

Bij veel media die met vaste fotografen werkten, loopt het aantal sterk terug (vaak door natuurlijk verloop waarna geen vervanging meer plaatsvindt) of er is zelfs helemaal geen fotograaf meer in vaste dienst. Als redenen worden opgegeven het belang om flexibel te zijn en de kosten. Uitzonderingen zijn er wel: De Telegraaf heeft vooral voor de sportrubriek nog vaste fotografen in dienst en het Dagblad van het Noorden werkt met vaste fotografen voor "bijzondere producties en evenementen". Het ANP heeft 11 vaste fotografen in dienst,

waarvan 2 voor de beeldbank. In tegenstelling tot bijvoorbeeld De Telegraaf of het Dagblad van het Noorden, die met specialisten werken, gaat het hier om allrounders.

Het aantal vaste freelancers waar de redacties mee werkt is relatief groot, tussen 4 (Metro) en 25 (Het Parool). Vaak gaat het daarbij om specialisten (bijvoorbeeld sport, portret, politiek). Naast de vaste freelancers hebben de meeste media een wisselende groep losse freelancers, die niet exclusief werken (bij De Telegraaf loopt het aantal wisselende (internationale) freelancers op tot 114). Alleen NU.nl werkt niet met vaste freelancers.

Niet iedere redacteur hecht evenveel belang aan eigen fotografen (of vaste freelancers). Sommige kiezen voor afwisseling (Quest, NRC Next), anderen vinden vooral contact met de lokale of regionale gemeenschap belangrijk (Dagblad van het Noorden: “ruggengraat van de krant”) of willen op fotografen kunnen vertrouwen. De Volkskrant en Vrij Nederland zien de bijdrage van vaste fotografen of vaste freelancers als belangrijk voor de signatuur van het blad, andere, zoals Metro, zien dat niet.

Budgetten en tarieven

Door de bank genomen zijn de budgetten voor fotografie bij alle media sinds 2005 gelijk gebleven of licht gedaald, met soms een kleine schommeling. Wel vreest men voor de nabije toekomst in verband met de economische crisis. Bij Metro en Elsevier waren de budgetten in de genoemde periode (2005-2009) gestegen. Als er bezuinigd wordt, is dat vooral op de “kleine plaatjes”, die goedkoop van beeldbanken kunnen worden gehaald. Hollandse Hoogte richt zich strategisch op het verkopen van meer foto's voor een lager bedrag, dan slechts één voor een hoog bedrag “zoals het vroeger ging”.

Niet iedereen wil zeggen wat de afspraken met de (vaste) freelancers zijn over de betaling na plaatsing van foto's. Er wordt door de meeste redacties onderscheid gemaakt tussen een opdracht en de plaatsing van een reeds gemaakte foto (“vrije aanlevering”). Voor het laatste geval varieert het tarief van 35 tot 475 euro, afhankelijk van de plaats in het blad (op de cover scoort hoog) en het formaat (een “spread” oftewel dubbele pagina betaalt goed). Honoraria voor opdrachten en reportages variëren van 125 tot 2.000 euro, afhankelijk van de hoeveelheid werk. Soms worden daarbij dagtarieven gehanteerd (250-350 euro). Vaste freelancers ontvangen soms standaard meer dan losse freelancers. De genoemde bedragen zijn slechts ruwe marges: naar tarieven is geen gericht onderzoek gedaan.

Eisen aan fotografie

Over het algemeen stellen de ondervraagde redacteurs veel en hoge eisen aan fotojournalisten: zij moeten een eigen stijl hebben, de eigenheid van het medium waarvoor zij werken kennen of aanvoelen, kunnen meedenken over de visualisering van onderwerpen,

doorzettingsvermogen hebben, flexibel zijn, een goede algemene ontwikkeling hebben, kennis hebben van het onderwerp dat zij fotograferen (bijvoorbeeld de zakenwereld of de politiek: wie is wie?), geen standaardplaatjes maken, menselijke emoties kunnen verbeelden, gemotiveerd zijn. Technisch vakmanschap wordt als vanzelfsprekend gezien. De vraag of fotografen ook bewegend beeld moeten kunnen maken wordt aarzelend beantwoord. Bij de meesten is het niet aan de orde: gedrukte versie en internet versie kennen vaak gescheiden redacties. Het ANP levert ook filmbeeld en heeft videoredacteuren in dienst; soms worden een schrijver, een fotograaf en een filmer samen op pad gestuurd.

De beeldredacteuren vinden het over het algemeen niet erg belangrijk of fotografen wel of niet een vakopleiding hebben gevolgd. Wel is men erg kritisch over de vaardigheden van afgestudeerde fotografen: te veel esthetiek en te weinig praktische vaardigheden (goede selecties maken, netwerken, opdrachten binnenhalen, bedrijfsvoering, algemene ontwikkeling). Nieuwsfotografie lijkt ondergewaardeerd op de opleidingen (“er is nooit iemand met een nieuwsportfolio”). “Vaak hebben fotografen niet eens de moeite genomen om te kijken naar wie ze het mailtje moeten sturen. Ze sturen het naar het algemene mailadres of de hoofdredacteur. Ook merk je dat ze ons blad vaak niet eens kennen.”

Concurrentie voor de fotojournalist

Naast fotografen die zelf aansturen, maken alle media gebruik van stockbureaus. Naar schatting ligt het gemiddelde op 60% ‘eigen’ beeld en 40% van bureaus. Dat kunnen stock- maar ook persbureaus zijn. Genoemd worden in willekeurige volgorde: ANP (evt. via AFP en EPA), WFA, Reuters, GDP, Hollandse Hoogte, Getty, AP, Bloomberg en Corbis. Quest haalt tot 95% van stockbureaus en beeldbanken.

Op de vraag of de betreffende redactie gebruik maakt van schrijvende journalisten die erbij fotograferen, luiden de antwoorden: niet, of incidenteel, “als het moet”. Men ziet schrijven en fotograferen als twee verschillende praktijken die zelden in één persoon bij elkaar komen. De weinige uitzonderingen betreffen bijvoorbeeld het maken van een portret bij een interview dat in het verre buitenland plaatsvindt. Een uitzonderlijke positie wordt voorts ingenomen door de PZC, waar van alle redacteuren wordt verwacht dat zij kunnen bijdragen met tekst, beeld en geluid. Dit is vooral een “budgetkwestie”.

De beeldredacties zeggen nauwelijks gebruik te maken van beeldaanbod van fotoamateurs en burgerjournalisten; de kwaliteit vindt men te slecht. Dit soort beelden wordt op internet iets gemakkelijker geplaatst. Uitzonderingssituaties doen zich voor bij bepaalde nieuwsgebeurtenissen, wanneer er geen ander beeld voorhanden is of het amateurbeeld heel spectaculair is. Sommige media hebben aparte rubrieken voor amateurbeeld (de Volkskrant), of organiseren een wedstrijd (Dagblad van het Noorden). NU.nl vormt de grote uitzondering

op het bovenstaande: 1 op de 4 foto's komt van een amateur. NU.nl ontvangt een grote stroom amateurbeelden uit het hele land via de fotowebsite NUfoto.nl. Die beelden worden soms doorverkocht aan het ANP. Een enkele redacteur merkt op dat Flickr concurreert met de betaalde beeldbanken.

Het belang van beeld

Zonder uitzondering wordt fotografie door de redacteurs van groot belang geacht voor de journalistiek (op zich niet verrassend gezien het feit dat de vraag aan fotoredacties werd gesteld). Men vindt dat fotografie een inhoudelijke bijdrage ("zelfstandige boodschap") levert, maar ook het gezicht van het medium bepaalt: "beeld wordt steeds belangrijker"; "geen plaatjes". Daarnaast kan fotografie ook illustratief zijn en de lezer helpen "door de krant te komen". Beeldverhalen van de hand van één fotograaf moeten het veld ruimen, maar daar staat de opkomst van aparte beeldrubrieken tegenover.

De meeste redacteurs willen met beeld onderscheidend zijn en kiezen dan naar eigen zeggen voor kwaliteit en verrassing. Metro en Quest noemen nadrukkelijk: veel beeld. NRC Next en Vrij Nederland nemen naar eigen zeggen risico's door voor jonge fotografen en nieuw beeld te kiezen. NU.nl wijst op de vele slideshows die zij presenteert. Regionale bladen hechten aan beeld met lokale betekenis en herkenbaarheid. Overigens speelt voor iedereen het totaal van de presentatie een belangrijke rol. NRC Next springt eruit met een dagelijkse foto over twee pagina's (bijna) zonder tekst.

Beeldbeleid wordt nauwelijks op papier gezet. Redacteurs en art directors bepalen hoe het blad of de krant eruit ziet. Sommige redacteurs geven aan wel een fotobeleid te willen formuleren, of zijn benieuwd naar een vorm van toetsing van hun ideeën over het fotobeleid aan de praktijk. Het Dagblad van het Noorden heeft een beleidsnotitie voor fotografie, maar het blijkt in de praktijk lastig om daar strikt aan vast te houden. In een enkel geval zijn er richtlijnen voor de verhouding tussen tekst en beeld. Er is behoefte aan richtlijnen voor (de mate van) het gebruik van Photoshop.

Bij de ondervraagde media bestaat nauwelijks fotobeleid voor het internet. Alleen De Telegraaf weet aan te geven dat "dezelfde formules" worden gehanteerd als bij de gedrukte krant. Andere redacties zijn zoekende, maar vaker zijn redacties volkomen gescheiden – als er al een internetredactie is - en is er slechts af en toe een verzoek tot "doorplaatsing" van een foto. Het lijkt erop dat de kwaliteitseisen voor beeld op internet een stuk lager liggen.

Toekomstvisie

De redacteurs zien de toekomst voor fotografen niet met optimisme tegemoet, ondanks de toenemende betekenis van beeld die iedereen onderkent. Een veelgehoord advies van

beeldredacteurs luidt: “Ga er ander werk bij zoeken”. Men verwacht dat budgetten verder zullen dalen. Er zijn te veel fotografen en er komen er te veel van de opleidingen. Er zijn nieuwe verdienmodellen nodig. Fotografen moeten zich specialiseren, servicegericht zijn, samenwerken. “Zoek je niche op”. De vraag naar inhoudelijkheid en kwaliteit zal groter worden, is de inschatting. Bewegend beeld en multimedia bieden kansen (al weet niemand concreet hoe). Mogelijk kunnen fotografen hun archief beter te gelde maken door het toegankelijk te maken via internet. En er is behoefte aan goede binnenlandreportages. Verder verschijnen overal in het land digitale schermen die gevuld moeten worden. Het aantal foto’s dat op televisie wordt getoond groeit.

5. Samenvatting belangrijkste resultaten

Hieronder zijn de belangrijkste bevindingen van het onderzoek op een rij gezet. Allereerst richt de aandacht zich op de fotojournalisten. Vervolgens komen de belangrijkste bevindingen uit de interviews met fotoredacties aan de orde.

Belangrijkste resultaten interviews met fotojournalisten

1. *Demografie:* De gemiddelde fotojournalist is een freelance werkende man van 44 jaar.

Verdeling van mannen en vrouwen is behoorlijk scheef: 85% mannen tegen 15% vrouwen.

2. *Scholing en opleiding:* Belangrijkste opleiding: geen. Dertig procent is namelijk autodidact.

Goede tweede is de fotovakschool (25%), vervolgens kunstacademie (15%) en de fotoacademie (12%). Bijscholing gaat met name via internet en vakliteratuur (tijdschriften en boeken). Driekwart heeft de afgelopen vijf jaar van die bronnen gebruik gemaakt. Het volgen van een cursus is minder populair, dat heeft maar een derde van de fotojournalisten de afgelopen vijf jaar gedaan. In de interviews geven ze als reden dat ze geen geld over hebben voor cursussen; via internet kunnen ze op een goedkope manier op de hoogte blijven.

Belangrijkste fotografenorganisatie voor fotojournalisten is de NVJ/NVF: driekwart van de fotojournalisten is hierbij aangesloten.

3. *Werk en inkomen:* Een vast dienstverband is een zeldzaamheid: minder dan tien procent heeft een vaste aanstelling. Negentig procent werkt derhalve freelance. De helft daarvan werkt met vaste (gemiddeld acht opdrachtgevers) en de andere helft met wisselende opdrachtgevers.

Gemiddelde tijdsbesteding van fotojournalisten per week: 25 uur fotojournalistiek, 15 uur andere vormen van fotografie (niet journalistiek werk) en 5 uur andere journalistieke werkzaamheden, zoals redigeren en schrijven. De helft van de fotojournalisten haalt een volledig inkomen uit fotojournalistiek werk. Voor de andere helft is het fotojournalistieke werk goed voor een deel van het totale inkomen. De commerciële sector is de belangrijkste bron voor bijverdienste: 45% krijgt vaak opdrachten van bedrijven. Een kwart komt van overheidsinstanties en tien procent van NGO's (non-profit organisaties). Dergelijke niet-journalistieke opdrachten noemen de fotojournalisten als noodzaak om aan voldoende inkomen te komen.

4. *Afzetmarkt:* Het is steeds lastiger om aan opdrachten te komen en om foto's te verkopen aan redacties, zo is de ervaring van driekwart van de fotojournalisten. De oorzaken: (1) bedrijven

en organisaties die redacties gratis publiciteitsfoto's sturen, zegt tweederde van de fotojournalisten; (2) schrijvende journalisten die zelf foto's maken voor bij hun artikelen, zegt driekwart; (3) amateurs die gratis foto's aanbieden aan redacties zegt zestig procent. Al met al hebben redacties steeds minder geld over voor foto's, is de heersende overtuiging. De respondenten ondervinden steeds minder waardering voor professionele fotografie. Dit is de belangrijkste tendens die de fotojournalisten tijdens de interviews keer op keer noemen. Vooral de freelancers hebben hiermee te maken. Fotojournalisten met een vast dienstverband bij een krant geven te kennen het drukker dan ooit te hebben, vooral met het leveren van fotomateriaal voor de bijlagen van hun krant.

5. Investerings: Fotojournalisten investeren fors in apparatuur en dergelijke. In 2007 ging gemiddeld 4.700 euro op aan camera's en toebehoren (zoals lenzen), 2.300 euro aan computers en bijbehoren (zoals printers), 750 euro aan software (bijvoorbeeld voor fotobewerking) en 300 euro aan bijscholing. Bij elkaar opgeteld is dat een investering van 8.000 euro per fotojournalist voor het afgelopen jaar.

6. Belemmeringen: Fotojournalisten ervaren tijdens hun werk steeds vaker belemmeringen die opgeworpen worden door onder meer bedrijven, overheden en politie. Het vaakst noemen ze particuliere bewakingsdiensten (55%) en evenementen zoals concerten en sportwedstrijden (60%). Tijdens de interviews beklagen de fotojournalisten zich met name over de toename van het aantal bewakers en beveiligingsmedewerkers die in hun ogen bovendien steeds strenger worden.

7. Multimediaal werken: Veel fotojournalisten voorzien een belangrijke ontwikkeling in de fotojournalistiek. Zo'n 45% procent denkt dat op afzienbare termijn nog maar een kleine groep puur en alleen met fotografie bezig zal zijn; de toekomst zal zijn aan multimediajournalisten die meer doen dan fotograferen, maar bijvoorbeeld ook schrijven, redigeren, of video maken. Bijna tien procent denkt dat er over enkele jaren helemaal geen fotojournalisten meer zijn omdat dan alle journalisten zijn uitgerust met een foto- of videocamera. In de interviews tonen de fotojournalisten zich over het algemeen sceptisch over multimediaal werken. Een enkeling experimenteert met schrijven of video, zonder veel enthousiasme. Typerend is de reactie van deze fotojournalist van een regionaal dagblad: "Ik zie me over tien jaar wel met een filmcamera rondlopen. Het is niet mijn ding, maar dan moet

ik dat maar leren.” De teneur is dat je als fotojournalist beter kan zorgen dat je heel goed bent en kwaliteit levert, dan dat je moet gaan toeleggen op andere werkzaamheden.

8. *Amateurfotografen*: Helft van de beroepsgroep ziet een bedreiging in de opmars van amateurfotografen. Zestig procent spreekt van broodroof en 50% ziet fotograferende burgers als serieuze concurrentie. Weliswaar zien ze zichzelf als kwalitatief beter, maar ze moeten het vaak afleggen op snelheid en actualiteit als het gaat om nieuwsfoto's. Er zijn altijd wel enkele toevallige getuigen met hun mobiele telefoon of digitale camera aanwezig als zich iets nieuwswaardigs afspeelt. Daardoor is de nieuws waarde van amateurfoto's soms groter dan van professionele foto's. Effecten die fotojournalisten bemerken: (1) prijseffect: opdrachtgevers hebben minder geld over voor foto's; (2) moeilijker om foto's te verkopen doordat redacties soms voorkeur geven aan amateurfoto's. Twee typen waardering: (1) een economisch perspectief: amateurs verpesten de markt voor professionele fotografen; (2) een journalistiek perspectief: amateurfoto's zijn een aanvulling, want ze leveren relevante nieuwsfoto's op; voor kwaliteit blijven professionele fotojournalisten onmisbaar.

9. *Amateurs versus professionals*: Belangrijk onderscheid amateurfotografen en professionele fotojournalisten: ethisch besef. Volgens 65% procent van de professionele fotojournalisten kennen zogeheten 'burgerfotojournalisten' hoegenaamd geen ethische grenzen, terwijl de professionals die juist wel hebben. Fotojournalisten betitelen amateurs als 'sensatiezoekers' en 'respectloos voor slachtoffers'. Sommige fotojournalisten pleiten daarom voor ingrijpen door de NVJ/NVF, bijvoorbeeld door het invoeren van een keurmerk. Zoals een van de geïnterviewden zei: “Ik hoop dat er wat aan gedaan wordt door de NVF. Dat het niet zomaar meer kan dat iedereen maar zomaar foto's kan maken van een brand.’ Tachtig procent van de fotojournalisten vindt het nuttig om een beroepscode voor fotojournalisten in te voeren.

10. *Fotojournalistieke prijzen*: Er is grote waardering voor fotojournalistieke prijzen, zoals de Zilveren Camera en World Press Photo. Vooral om kwaliteit in de fotojournalistiek te promoten (zegt 45%) en om het werk van professionals te promoten (25%). Ruim 60% vindt dat zulke prijzen louter voor professionals bedoeld zijn. Opmerkelijk: 15% wil deelname beperken tot fotojournalisten, terwijl bijna 50% vindt dat alle fotografen mee mogen doen, journalist of niet, als ze maar beroeps zijn. 30% wil geen enkel onderscheid maken en meent dat het om de foto's gaat en niet om de makers.

Belangrijkste resultaten interviews met fotoredacties

1. *Redactionele inbreng*: Fotojournalisten hebben nooit redactionele of (beeld)beleidsmatige inbreng. Hooguit worden zij betrokken bij de eindselectie van de door hen ingestuurde foto's. Dat laatste komt echter slechts in een enkel geval voor.

2. *Vaste dienst versus freelancers*: De fotojournalist in vaste dienst is vrijwel geheel verdwenen. Vrijwel alle ondervraagde media werken met een vaste groep freelancers. Er zijn hierop twee uitzonderingen (een regionaal dagblad en een fotopersbureau). Aanbod van beeld van buiten de vaste groep freelancers komt weinig voor en leidt nauwelijks tot publicaties. In sommige gevallen worden lokale freelancers ingeschakeld, omdat die relatief goedkoper zijn.

3. *Webredactie*: Ingeval van gedrukte media met een website heeft de beeldredactie voor de gedrukte editie vrijwel nooit invloed op het beeldbeleid van de website. De webredactie – zo die er al is – staat inhoudelijk los van de vaste editie.

4. *Belang fotografie*: Vrijwel alle media hechten groot belang aan beeld als het gaat om herkenbaarheid en profilering. “We zitten niet te wachten op standaardplaatjes.” en “We vragen vernieuwende, verfrissende fotografie.” Van fotografen wordt verwacht dat zij de stijl weergeven van het medium waar zij voor werken.

5. *Budgetten*: De budgetten voor het geven van fotojournalistieke opdrachten of het plaatsen van foto's is de afgelopen jaren veelal in absolute zin bij de meeste media ongeveer gelijk gebleven, dus met de inflatiecorrectie erbij gerekend licht gedaald. Honoraria voor het plaatsen van een foto liggen tussen 35 en 475 euro. Voor tijdrovende opdrachten en series wordt dit bedrag verdubbeld tot (in een enkel geval) verviervoudigd. Aan herplaatsing is lang niet altijd een vergoeding verbonden.

6. *Fotobeleid*: Een fotobeleid is er in nog niet de helft van de gevallen en dan nog slechts zelden op papier gezet. Een veelgehoorde reden is dat men het er wel eens over heeft, maar vervolgens gewoonweg niet aan toe komt. Er wordt op de redacties veel over fotografie en fotokeuzes gediscussieerd. De keuze voor bepaalde foto's wordt meestal in samenspraak tussen beeldredactie en eindredactie gemaakt. De fotografen worden daar niet in betrokken.

7. *Stockfotografie*: Gemiddeld komt 40% van het beeld van pers- en stockbureaus, 60% van 'eigen' freelancers. De tendens is om op internet gratis foto's te halen voor de kleine illustraties. "We bezuinigen met name op de kleinere plaatjes. Die halen we zo min mogelijk van betaalde beeldbanken. We gebruiken zo veel mogelijk gratis of goedkoop beeld.", merkte een redacteur op. Veel geraadpleegde beeldbronnen zijn voorts: ANP, GDP, AP en Hollandse Hoogte.

8. *Schrijvende journalisten maken foto's*: Over het algemeen is men tegen het inzetten van schrijvende journalisten als fotograaf. Dit komt dan ook alleen in gevallen voor waar geld een rol speelt, zoals het maken van een portret in het verre buitenland. 'Fotograferen is toch een vak', was een frequent geplaatste opmerking.

9. *Amateurfoto's*: Foto's van amateurs ('burgerjournalisten') worden nauwelijks gebruikt met uitzondering van rampen en ongelukken waarbij geen professioneel beeld voorhanden is. Men voorziet het einde van de zogenaamde 'scanner-fotograaf'. Sommige media hebben een speciale rubriek voor amateurs, maar die betreft lang niet altijd het nieuws.

10. *Functie-eisen*: De meest gestelde eisen aan beginnende fotojournalisten c.q. de opleidingen zijn: algemene ontwikkeling, doorzettingsvermogen, sociale vaardigheden. Op artistiek vlak worden de opleidingen hoog aangeslagen, maar niet wat genoemde eisen betreft. "Onze ervaring is dat stagiaires bij nul beginnen als ze hier komen. Ze missen het snelle nieuwswerk." Ook de vaardigheden om opdrachten binnen te halen of goede fotoselecties voor te leggen worden door de redacties over het algemeen laag ingeschat.

11. *Behoeften* Journalistieke fotoseries over Nederlandse onderwerpen met een bovenlokaal belang worden niet gemist. Meer "inhoudelijkheid" van fotografen is een andere gehoorde behoefte die aansluit bij het advies van een aantal redacties om te specialiseren.

12. *Toekomstverwachtingen*: Over de toekomst van de fotojournalist is men in het algemeen pessimistisch. Specialiseren helpt (je eigen niche vinden) en men verwacht veel van internet zonder te weten hoe daarmee op dit moment geld kan worden verdiend. Bij een enkele redacteur is er juist optimisme: als de kwaliteit maar omhoog gaat en fotografen zelf meer initiatief nemen. "De betekenis van beeld groeit."

6. Conclusies en aanbevelingen

Met dit onderzoek hebben we in kaart willen brengen hoe de fotojournalistiek in Nederland er voor staat. Hoe ziet de beroepsgroep eruit? Hoe kijken ze aan tegen de huidige ontwikkelingen op hun werkterrein? Maar ook hebben we bekeken hoe de situatie is op beeldredacties. Welke ontwikkelingen zijn daar te constateren? In dit afsluitende hoofdstuk zetten we de belangrijkste conclusies op een rij.

Een voor de hand liggende vraag is: hoeveel professionele fotojournalisten telt Nederland eigenlijk? En neemt dat aantal toe of af? Om met die laatste vraag te beginnen: daar kunnen we geen antwoord op geven. Aangezien er geen eerder onderzoek onder fotojournalisten beschikbaar is, hebben we geen vergelijkingsmateriaal. Kunnen we op basis van dit onderzoek dan wel zeggen hoeveel professionele fotojournalisten Nederland momenteel telt? Ook die vraag is lastig te beantwoorden, maar we kunnen wel tot een schatting komen. Uit de enquête bleek dat driekwart van de respondenten is aangesloten bij de NVF (de sectie voor fotojournalisten van de Nederlandse Vereniging van Journalisten). Het ledenaantal van de NVF bedroeg ten tijde van het onderzoek (2008) circa 720. Er vanuit gaande dat dit driekwart van het totale aantal fotojournalisten is, komen we tot een schatting van circa duizend professionele fotojournalisten in Nederland. Dit is overigens een conservatieve schatting, omdat het aannemelijk is dat de respons in dit onderzoek onder fotojournalisten die geen lid zijn van de NVF kleiner is, omdat we de kans kleiner achten dat zij een oproep voor deelname aan het onderzoek onder ogen hebben kregen.

Bij dat geschatte aantal kunnen we meteen de vraag stellen: wanneer is iemand een professionele fotojournalist? In ons onderzoek haalt circa 45% van de respondenten een volledig inkomen uit hun fotojournalistieke werk. Een even grote groep haalt er een deel van het inkomen uit. En voor zo'n tien procent zorgt de fotojournalistiek slechts voor enige bijverdienste. Gemiddeld besteden fotojournalisten 25 uur per week aan fotojournalistieke werkzaamheden. Kortom, de doorsnee fotojournalist besteedt slechts een deel van de werkweek aan fotojournalistiek werk en haalt ook maar een deel van het inkomen daar uit.

Bijna alle fotojournalisten in Nederland werken freelance; minder dan tien procent heeft een vast dienstverband bij een krant of tijdschrift. Fotojournalisten hebben geen enkele redactionele of beleidsmatige inbreng bij de media waarvoor ze opdrachten doen. Slechts zelden hebben ze inspraak in de manier waarop hun foto's worden gebruikt door een medium. Redacties zeggen bij voorkeur te werken met een vaste groep freelancers die een specialisatie hebben (bijvoorbeeld politiek, sport, economie) en gegarandeerd hoge kwaliteit leveren. Dit

geldt vooral voor de landelijke, gedrukte media die stuk voor stuk zeggen zich te willen onderscheiden met goede fotografie. Niet-professioneel beeld zien zij niet als een serieus alternatief, met uitzondering van unieke beelden van rampen en ongelukken.

Desondanks merken fotojournalisten dat vooral lokale, regionale en online redacties de afgelopen jaren meer gebruik zijn gaan maken van amateurbeelden en schrijvende journalisten die foto's maken bij hun eigen artikelen. Hier lijkt de toekomst niet aan de gespecialiseerde fotojournalist, maar aan de allrounder die breed inzetbaar is: iemand die kan schrijven, fotograferen en video maken. De helft van de fotojournalisten ziet fotograferende amateurs als serieuze concurrentie. Een voorbeeld van dit veranderende speelveld voor fotojournalisten: vroeger maakte een regionale krant een fotopagina over Koninginnedag met foto's van een professionele fotojournalist, tegenwoordig roept de redactie lezers op om foto's in te sturen. Hoewel de budgetten van fotoredacties de afgelopen jaren redelijk stabiel zijn gebleven, ervaren freelance fotojournalisten dat het steeds lastiger is om aan voldoende foto-opdrachten te komen. Bovendien staan de tarieven onder druk: ze krijgen gemiddeld minder betaald voor een foto. Als oorzaak wijzen fotojournalisten op het toenemende gebruik van beeldmateriaal dat wordt geleverd door amateurfotografen en schrijvende journalisten. Daarnaast sturen bedrijven en organisaties steeds vaker gratis beeldmateriaal met hun persberichten naar redacties. Het zorgt onder fotojournalisten voor een gevoel van onderwaardering voor de professionele fotojournalistiek.

En dat terwijl de uitoefening van het vak steeds lastiger wordt door allerlei belemmeringen waar ze in toenemende mate mee te maken krijgen. Vooral particuliere bewakingsdiensten zijn fotojournalisten een doorn in het oog. Ze ervaren steeds vaker dat beveiligingsmedewerkers worden ingezet om fotografen te weren. Vooral bij evenementen als concerten en sportwedstrijden is het voor fotojournalisten steeds moeilijker om hun werk te doen. Er ontstaat veel wrevel doordat de fotojournalisten het gevoel hebben dat bewakers en beveiligers niet op de hoogte zijn van het belang van hun taak als fotojournalist, en vaak ook niet goed op de hoogte zijn van afspraken en privileges die hen toekomen als professionele fotojournalist. Verder ervaren de fotojournalisten dat ze vaak op een botte en onvriendelijke manier worden bejegend door beveiligers.

Al met al zijn er twee belangrijke trends te constateren in de fotojournalistiek. Aan de ene kant is er de behoefte bij redacties aan gespecialiseerde fotografen die op hun terrein topkwaliteit leveren, waarmee een medium zich beeldbepalend kan onderscheiden van concurrenten. Aan de andere kant is er de trend om te besparen op fotografie en lezers te betrekken bij de krant,

wat leidt tot het gebruik van amateurfoto's en schrijvende journalisten die zelf een foto bij hun stuk maken.

Aanbevelingen

Als slotstuk van dit onderzoek formuleren we enkele aanbevelingen die deels gaan over de noodzaak om de ontwikkelingen met onderzoek te blijven monitoren, en deels over de beroepspraktijk van fotojournalisten.

1. Op basis van het huidige onderzoek is het niet mogelijk om trends te constateren, omdat er geen eerdere meetgegevens voorhanden zijn. Teneinde de ontwikkelingen in het fotojournalistieke veld goed te kunnen volgen, is het raadzaam om een soortgelijke enquête als de in dit rapport gepresenteerde, met regelmaat te laten uitvoeren, bijvoorbeeld elke drie jaar.
2. Het onderzoeksdeel dat zich richtte op de beeldredacties is voor een belangrijk deel uitgevoerd bij landelijke kranten, tijdschriften en persbureaus. Van de regionale en lokale media waren alleen het Dagblad van het Noorden en Het Parool vertegenwoordigd. En dat terwijl de grootste veranderingen lijken plaats te vinden op de regionale en lokale markt, zoals bleek uit de enquête en de interviews. Juist op dat niveau is steeds vaker sprake van schrijvende journalisten die ook foto's maken en lezers die foto's insturen. Het is nuttig om de ontwikkelingen bij beeldredacties van lokale en regionale media nader te onderzoeken.
3. Fotografen hebben nauwelijks redactionele inbreng. Aan de andere kant leven er bij redacties bepaalde behoeften aan meer inhoudelijke input van fotografen. De vraag is of de specifieke kennis en het werk van fotografen over (achtergrond)nieuws niet meer zichtbaar kunnen worden gemaakt bij redacties.
4. De belemmeringen die fotografen in toenemende mate ondervinden van particuliere bewakingsbedrijven, de politie en organisatoren van evenementen (sportwedstrijden, festivals, concerten) bij het uitoefenen van hun vak verdient extra aandacht. Veel frictie lijkt voort te komen uit een gevoel onder fotojournalisten dat ze niet serieus worden genomen en dat er vaak onduidelijke afspraken zijn. De NVJ/NVF zou bij de betreffende actoren de belangen van fotojournalisten meer onder de aandacht kunnen brengen.

5. Het lijkt erop dat de opleidingen niet goed aansluiten bij een groot deel van de beroepspraktijk van de fotojournalistiek. Gezien de gesignaleerde behoefte aan meer gespecialiseerde fotojournalisten en ‘topkwaliteit’ valt te overwegen om het bestaande aanbod van opleidingen uit te breiden, bijvoorbeeld met een masteropleiding fotojournalistiek, die zich naast fotografie ook nadrukkelijk richt op de journalistieke kant van het werk van fotojournalisten.

Referenties

- Allan, S., & Thorsen, E. (2009). *Citizen journalism: Global perspectives*. New York: Peter Lang.
- Barnett, S. (2008). On the road to self-destruction. *British Journalism Review*, 19 (2), 5-13.
- Donner, P.H. (2005). *Reactie persvrijheidslezing*. Amsterdam: Persmuseum. Online: <http://www.persvrijheid.nl/file/view/187>
- Graaf, T. (2006). *Politiek en mediamacht*. Beek-Ubbergen, Kimforum.
- HCCS (2008). *Eyes wide shut? The impact of embedded journalism on Dutch newspaper Coverage of Afghanistan*. Den Haag: The Hague Centre for Strategic Studies.
- Huysmans, F., & Haan, J. de (2010). *Alle kanalen staan open: De digitalisering van het mediagebruik*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Oers, E. van, & Pleijter, A. (2011). Experimenteren met User Generated Content: Lezers spreken een woordje mee op Nederlandse nieuwssites. *De Nieuwe Pers*, 2, 8-13.
- PEW (2008). *The changing newsroom: What is being gained and what is being lost in America's daily newspapers*. PEW Project for Excellence in Journalism. Online: <http://www.journalism.org/node/11961>.
- Pleijter, A., Hermans, L., & Vergeer, M. (2011). Journalists and journalism in the Netherlands. In D. Weaver & L. Wilnat (eds.), *The global journalist in the 21st century*. New York: Routledge.
- Stimuleringsfonds voor de Pers. (2007). *De krant doorgeklikt: Innovatie en transformatie in de dagbladpers*. Apeldoorn: Spinhuis.
- Tijdelijke Commissie Innovatie en Toekomst Pers (2009). *De volgende editie*. Den Haag: Tijdelijke Commissie Innovatie en Toekomst Pers.
- YouGov (2010). *Who do you trust?* Online: <http://today.yougov.co.uk/life/who-do-you-trust>

Bijlage 1: Tabellen enquête fotojournalisten

Deze bijlage biedt een overzicht van de gegevens die zijn verzameld met de enquête onder fotojournalisten in 2008. In totaal hebben 405 respondenten de vragenlijst ingevuld. Bij sommige vragen is de respons lager dan het totaal aantal respondenten doordat sommigen niet alle vragen hebben beantwoord. In onderstaande tabellen is voor elk vraag het aantal missende antwoorden vermeld.

Vraag 1		
Hoe is uw rol als journalist het best te typeren?		
	Frequentie	Percentage
Fotojournalist	362	89,4
Multimediajournalist (u schrijft, filmt, fotografeert, etc)	43	10,6
Missende antwoorden	0	0
Totaal	405	100

Nota bene: Vragen 2 t/m 8 zijn alleen gesteld aan journalisten die hun rol als journalist hebben getypeerd als fotojournalist.

Vraag 2		
Welke term vindt u het best passen bij uw werk als fotojournalist?		
	Frequentie	Percentage
Fotojournalist	166	45,9
Persfotograaf	73	20,2
Nieuwsfotograaf	11	3,0
Documentairefotograaf	44	12,2
Reportagefotograaf	68	18,8
Missende antwoorden	0	0
Totaal	362	100

Vraag 3		
Op welke basis werkt u als fotojournalist in hoofdzaak?		
	Frequentie	Percentage
Vast dienstverband	31	8,6
Freelance met vaste opdrachtgever(s)	157	43,4
Freelance met wisselende opdrachtgevers	174	48,1
Missende antwoorden	0	0
Totaal	362	100

Vraag 4**Hoeveel vaste opdrachtgevers heeft u momenteel?**

Gemiddeld hebben de freelance fotojournalisten 7,8 opdrachtgevers op dit moment (st. dev. = 16,8, mediaan = 4, modus = 5, niet normaal verdeeld). Het minimum aantal opdrachtgevers is 1, het maximum is 180. 25% van de freelance fotojournalisten heeft 3 of minder opdrachtgevers, 50% heeft 4 of minder opdrachtgevers en 75% is 7,5 of minder opdrachtgevers.

Vraag 5**[stelling] Het wordt steeds moeilijker om aan fotojournalistieke opdrachten te komen**

	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Helemaal oneens	10	2,8	3,0
Oneens	76	21,0	23,0
Eens	189	52,2	57,1
Helemaal eens	56	15,5	16,9
Totaal antwoorden	131	91,4	100
Missende antwoorden	31	8,6	
Totaal	362	100	

Vraag 6**[stelling] Door een toename van multimediale journalisten (bv. schrijvende journalisten die zelf foto's maken) kan ik mijn foto's steeds moeilijker kwijt aan media.**

	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Helemaal oneens	12	3,3	3,7
Oneens	81	22,4	24,7
Eens	152	42,0	46,3
Helemaal eens	83	22,9	25,3
Totaal antwoorden	328	90,6	100
Missende antwoorden	34	9,4	
Totaal	362	100	

Vraag 7**[stelling] Ik kan altijd in alle vrijheid mijn eigen invulling geven aan de opdrachten die ik krijg.**

	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Helemaal oneens	6	1,7	1,8
Oneens	120	33,1	36,8
Eens	167	46,1	51,2
Helemaal eens	33	9,1	10,1
Totaal antwoorden	326	90,1	100
Missende antwoorden	36	9,9	
Totaal	362	100	

Vraag 8

[stelling] Door het toegenomen aanbod van gratis foto's van burgerfotografen kan ik mijn foto's steeds moeilijker kwijt aan media.

	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Helemaal oneens	25	6,9	7,6
Oneens	107	29,6	32,3
Eens	124	34,3	37,5
Helemaal eens	75	20,7	22,7
Totaal antwoorden	331	91,4	100
Missende antwoorden	31	8,6	
Totaal	362	100	

Vraag 9

Hoeveel tijd besteedt u bij benadering elke week aan *fotjournalistieke werkzaamheden*?

Fotjournalisten: 359 respondenten hebben de vraag ingevuld. Gemiddeld besteden fotjournalisten 25,3 uur per week aan fotjournalistieke werkzaamheden (St. dev. = 16,9, Mediaan = 20, modus = 40, niet normaal verdeeld). Het minimum aantal uren is 0, het maximum is 90. 25% van alle respondenten besteedt 10 uur of minder per week aan fotjournalistieke werkzaamheden. 50% besteedt hier 20 uur of minder per week aan. 75% besteedt hier 40 uur of minder per week aan.

Multimediajournalisten: 39 respondenten hebben de vraag ingevuld. Gemiddeld besteden multimediajournalisten 13,7 uur per week aan fotjournalistieke werkzaamheden (St. dev. = 8,5, mediaan = 12, meerdere modi, niet normaal verdeeld). Het minimum aantal uren is 0, het maximum is 40. 25% van alle respondenten besteedt 7 uur of minder aan fotjournalistieke werkzaamheden. 50% besteedt hier 12 uur of minder per week aan. 75% besteedt hier 20 uur of minder per week aan.

Vraag 10

Hoeveel tijd besteedt u bij benadering elke week aan *andere vormen van fotografie (dus niet journalistiek)*?

Fotjournalisten: 333 respondenten hebben de vraag ingevuld. Gemiddeld besteden fotjournalisten 15 uur per week aan andere vormen van fotografie (St. dev. = 12,3, Mediaan = 12, modus = 20, niet normaal verdeeld). Het minimum aantal uren is 0, het maximum is 60. 25% van alle respondenten besteedt 5 uur of minder per week aan andere vormen van fotografie. 50% besteedt hier 12 uur of minder per week aan. 75% besteedt hier 20 uur of minder per week aan.

Multimediajournalisten: 36 respondenten hebben de vraag ingevuld. Gemiddeld besteden multimediajournalisten 6,2 uur per week aan andere vormen van fotografie (St. dev. = 5,5, mediaan = 5, modus = 10, niet normaal verdeeld). Het minimum aantal uren is 0, het maximum is 20. 25% van alle respondenten besteedt 1 uur of minder aan andere vormen van fotografie. 50% besteedt hier 5 uur of minder per week aan. 75% besteedt hier 10 uur of minder per week aan.

Vraag 11

Hoeveel tijd besteedt u bij benadering elke week aan andere journalistieke werkzaamheden (bijv. schrijven, redigeren)?

Fotojournalisten: 259 respondenten hebben de vraag ingevuld. Gemiddeld besteden fotojournalisten 4,7 uur per week aan andere journalistieke werkzaamheden (St. dev. = 7,2, Mediaan = 2, modus = 0, niet normaal verdeeld). Het minimum aantal uren is 0, het maximum is 38. 25% van alle respondenten besteedt 0 uur of minder per week aan andere journalistieke werkzaamheden. 50% besteedt hier 2 uur of minder per week aan. 75% besteedt hier 5 uur of minder per week aan.

Multimediajournalisten: 37 respondenten hebben de vraag ingevuld. Gemiddeld besteden multimediajournalisten 14 uur per week aan andere journalistieke werkzaamheden (St. dev. = 11,5, mediaan = 10, modus = 10, niet normaal verdeeld). Het minimum aantal uren is 0, het maximum is 50. 25% van alle respondenten besteedt 5 uur of minder aan andere journalistieke werkzaamheden. 50% besteedt hier 10 uur of minder per week aan. 75% besteedt hier 20 uur of minder per week aan.

Vraag 12

Hoeveel inkomen haalt u verhoudingsgewijs uit uw fotojournalistieke werkzaamheden?

	Fotojournalisten			Multimediajournalisten		
	Frequentie	Percentage	Geldig percentage	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Mijn volledige inkomen	157	43,4	43,7	8	18,6	20
Een deel van mijn inkomen	155	42,8	43,2	18	41,9	45
Slechts enige bijverdienste	40	11,0	11,1	12	27,9	30
Niets	7	1,9	1,9	2	4,7	5
Totaal antwoorden	359	99,2	100	40	93,0	100
Missende antw.	3	0,8		3	7,0	
Totaal	362	100		43	100	

Vraag 13

Hoeveel heeft u in het afgelopen jaar geïnvesteerd voor uw fotojournalistieke werk?

Fotojournalisten

Camera's en bijbehoren (zoals lenzen)	344 respondenten hebben de vraag ingevuld. Gemiddelde hebben fotojournalisten in 2007 4693,50 euro geïnvesteerd in camera's en bijbehoren (st. dev. = 5927,4, mediaan = 3000, modus = 5000, niet normaal verdeeld). Max = 45000 euro, min = 0 euro. 25% van alle fotojournalisten heeft 1000 euro of minder besteed aan camera's en bijbehoren. 50% heeft hier 3000 euro of minder aan besteed en 75% heeft hier 5875 euro of minder aan besteed.
Computers en bijbehoren (zoals printers)	316 respondenten hebben de vraag ingevuld. Gemiddelde hebben fotojournalisten in 2007 2333,28 euro geïnvesteerd in computers en bijbehoren (st. dev. = 2869,8, mediaan = 1500, modus = 1000, niet normaal verdeeld). Max = 20000 euro, min = 0 euro. 25% van alle fotojournalisten heeft 762,25 euro of minder besteed aan computers en bijbehoren. 50% heeft hier 1500 euro of minder aan besteed en 75% heeft hier 3000 euro of minder aan besteed.
Software (bijv. voor fotobewerking)	270 respondenten hebben de vraag ingevuld. Gemiddelde hebben fotojournalisten in 2007 744,58 euro geïnvesteerd in software (st. dev. = 1051,6, mediaan = 500, modus = 0, niet normaal verdeeld). Max = 10000 euro, min = 0 euro. 25% van alle fotojournalisten heeft 95 euro of minder besteed aan software. 50% heeft hier 500 euro of minder aan besteed en 75% heeft hier 1000 euro of minder besteed.
Cursussen of bijscholing	206 respondenten hebben de vraag ingevuld. Gemiddelde hebben fotojournalisten in 2007 308,75 euro geïnvesteerd in cursussen of bijscholing (st. dev. = 584,0, mediaan = 18, modus = 0, niet normaal verdeeld). Max = 5000 euro, min = 0 euro. 25% van alle fotojournalisten heeft 0 euro of minder besteed aan cursussen of bijscholing. 50% heeft hier 18 euro of minder aan besteed en 75% heeft hier 412,50 euro of minder aan besteed.

Multimediajournalisten

Camera's en bijbehoren (zoals lenzen)	36 respondenten hebben de vraag ingevuld. Gemiddelde hebben multimediajournalisten in 2007 2379,90 euro geïnvesteerd in camera's en bijbehoren (st. dev. = 2911,7, mediaan = 1500, meerdere modi, niet normaal verdeeld). Max = 15000 euro, min = 1 euro. 25% van alle multimediajournalisten heeft 625 euro of minder besteed aan camera's en bijbehoren. 50% heeft hier 1500 euro of minder aan besteed en 75% heeft hier 2500 euro of minder aan besteed.
Computers en bijbehoren (zoals printers)	34 respondenten hebben de vraag ingevuld. Gemiddelde hebben multimediajournalisten in 2007 1323,97 euro geïnvesteerd in computers en bijbehoren (st. dev. = 1349,9, mediaan = 1000, meerdere modi, niet normaal verdeeld). Max = 5000 euro, min = 0 euro. 25% van alle multimediajournalisten heeft 300 euro of minder besteed aan computers en bijbehoren. 50% heeft hier 1000 euro of minder aan besteed en 75% heeft hier 2000 euro of minder aan besteed.

Software (bijv. voor fotobewerking)	28 respondenten hebben de vraag ingevuld. Gemiddelde hebben multimediajournalisten in 2007 631,43 euro geïnvesteerd in software (st. dev. = 1221,8, mediaan = 250, modus = 0, niet normaal verdeeld). Max = 6000 euro, min = 0 euro. 25% van alle multimedia-journalisten heeft 0 euro besteed aan software. 50% heeft hier 250 euro of minder aan besteed en 75% heeft hier 725 euro of minder aan besteed.
Cursussen of bijscholing	26 respondenten hebben de vraag ingevuld. Gemiddelde hebben multimediajournalisten in 2007 134,42 euro geïnvesteerd in cursussen of bijscholing (st. dev. = 216,5, mediaan = 0, modus = 0, niet normaal verdeeld). Max = 800 euro, min = 0 euro. 25% van alle multimediajournalisten heeft 0 euro besteed aan cursussen of bijscholing. 50% heeft hier 0 euro aan besteed en 75% heeft hier 225 euro of minder aan besteed.

Vraag 14						
Wat is uw voornaamste bron voor bijscholing geweest in de afgelopen vijf jaar?						
	Fotojournalisten			Multimediajournalisten		
	Frequentie	Percentage	Geldig percentage	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Vakliteratuur (boeken, tijdschriften)	283	78,2	83,0	22	51,2	57,9
Internet (websites)	49	13,5	14,4	14	32,6	36,8
Cursussen	9	2,5	2,6	2	4,7	5,3
Totaal antwoorden	341	94,2	100	38	88,4	100
Missende antw.	21	5,8		5	11,6	
Totaal	362	100		43	100	

Vraag 15a						
In welke media worden uw foto's gepubliceerd?						
Landelijke dagbladen						
	Fotojournalisten			Multimediajournalisten		
	Frequentie	Percentage	Geldig percentage	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Vaak	79	21,8	24,5	0	0	0
Soms	127	35,1	39,4	14	32,6	40
Zelden of nooit	116	32,0	36,0	21	48,8	60
Totaal antwoorden	322	89,0	100	35	81,4	100
Missende antw.	40	11,0		8	18,6	
Totaal	362	100		43	100	

Vraag 15b						
In welke media worden uw foto's gepubliceerd?						
Regionale dagbladen						
	Fotojournalisten			Multimediajournalisten		
	Frequentie	Percentage	Geldig percentage	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Vaak	122	33,7	38,2	6	14,0	18,2
Soms	98	27,1	30,7	10	23,3	30,3
Zelden of nooit	99	27,3	31,0	17	39,5	51,5
Totaal antwoorden	319	88,1	100	33	76,7	100
Missende antw.	43	11,9		10	23,3	
Totaal	362	100		43	100	

Vraag 15c						
In welke media worden uw foto's gepubliceerd?						
Lokale kranten (bijvoorbeeld huis-aan-huis)						
	Fotojournalisten			Multimediajournalisten		
	Frequentie	Percentage	Geldig percentage	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Vaak	63	17,4	22,3	10	23,3	25,6
Soms	55	15,2	19,4	13	30,2	33,3
Zelden of nooit	165	45,6	58,3	16	37,2	41,0
Totaal antwoorden	283	78,2	100	39	90,7	100
Missende antw.	79	21,8		4	9,3	
Totaal	362	100		43	100	

Vraag 15d						
In welke media worden uw foto's gepubliceerd?						
Opinietijdschriften						
	Fotojournalisten			Multimediajournalisten		
	Frequentie	Percentage	Geldig percentage	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Vaak	28	7,7	9,8	0	0	0
Soms	97	26,8	33,9	6	14,0	17,6
Zelden of nooit	161	44,5	56,3	28	65,1	82,4
Totaal antwoorden	286	79,0	100	34	79,1	100
Missende antw.	76	21,0		9	20,9	
Totaal	362	100		43	100	

Vraag 15e						
In welke media worden uw foto's gepubliceerd?						
Publiekstijdschriften						
	Fotojournalisten			Multimediajournalisten		
	Frequentie	Percentage	Geldig percentage	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Vaak	59	16,3	19,5	6	14,0	16,2
Soms	117	32,3	38,6	9	20,9	24,3
Zelden of nooit	127	35,1	41,9	22	51,2	59,5
Totaal antwoorden	303	83,7	100	37	86,0	100
Missende antw.	59	16,3		6	14,0	
Totaal	362	100		43	100	

Vraag 15f						
In welke media worden uw foto's gepubliceerd?						
Vaktijdschriften						
	Fotojournalisten			Multimediajournalisten		
	Frequentie	Percentage	Geldig percentage	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Vaak	124	34,3	37,6	4	9,3	10,8
Soms	121	33,4	36,7	16	37,2	43,2
Zelden of nooit	85	23,5	25,8	17	39,5	45,9
Totaal antwoorden	330	91,2	100	37	86,0	100
Missende antw.	32	8,8		6	14,0	
Totaal	362	100		43	100	

Vraag 15g						
In welke media worden uw foto's gepubliceerd?						
Websites						
	Fotojournalisten			Multimediajournalisten		
	Frequentie	Percentage	Geldig percentage	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Vaak	169	46,7	50,4	27	62,8	65,7
Soms	143	39,5	42,7	9	20,9	22,5
Zelden of nooit	23	6,4	6,9	4	9,3	10,0
Totaal antwoorden	335	92,5	100	40	93,0	100
Missende antwoorden	27	7,5		3	7,0	
Totaal	362	100		43	100	

Vraag 16a						
Behalve aan de media, aan welke andere organisaties levert u fotomateriaal?						
Bedrijven						
	Fotojournalisten			Multimediajournalisten		
	Frequentie	Percentage	Geldig percentage	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Vaak	149	41,2	42,9	9	20,9	22,0
Soms	139	38,4	40,1	18	41,9	43,9
Zelden of nooit	59	16,3	17,0	14	32,6	34,1
Totaal antwoorden	347	95,9	100	41	95,3	100
Missende antw.	15	4,1		2	4,7	
Totaal	362	100		43	100	

Vraag 16b						
Behalve aan de media, aan welke andere organisaties levert u fotomateriaal?						
Overheidsinstanties						
	Fotojournalisten			Multimediajournalisten		
	Frequentie	Percentage	Geldig percentage	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Vaak	80	22,1	24,8	9	20,9	22,0
Soms	147	40,6	45,5	19	44,2	46,3
Zelden of nooit	96	26,5	29,7	13	30,2	31,7
Totaal antwoorden	323	89,2	100	41	95,3	100
Missende antw.	39	10,8		2	4,7	
Totaal	362	100		43	100	

Vraag 16c						
Behalve aan de media, aan welke andere organisaties levert u fotomateriaal?						
NGO's						
	Fotojournalisten			Multimediajournalisten		
	Frequentie	Percentage	Geldig percentage	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Vaak	29	8,0	10,0	5	11,6	14,3
Soms	84	23,2	29,1	4	9,3	11,4
Zelden of nooit	176	48,6	60,9	26	60,5	74,3
Totaal antwoorden	289	79,8	100	35	81,4	100
Missende antw.	73	20,2		8	18,6	
Totaal	362	100		43	100	

Vraag 17						
Heeft u een eigen website die bedoeld is voor de presentatie van uw fotojournalistieke werk?						
	Fotojournalisten			Multimediajournalisten		
	Frequentie	Percentage	Geldig percentage	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Ja	290	80,1	80,8	30	69,8	71,4
Nee	69	19,1	19,2	12	27,9	28,6
Totaal antwoorden	359	99,2	100	42	97,7	100
Missende antw.	3	0,8		1	2,3	
Totaal	362	100		43	100	

Vraag 18a						
Bent u aangesloten bij de volgende beroepsverenigingen?						
NVJ/NVF						
	Fotojournalisten			Multimediajournalisten		
	Frequentie	Percentage	Geldig percentage	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Ja	266	73,5	76,4	13	30,2	31,7
Nee	82	22,7	23,6	28	65,1	68,3
Totaal antwoorden	348	96,1	100	41	95,3	100
Missende antwoorden	14	3,9		2	4,7	
Totaal	362	100		43	100	

Vraag 18b						
Bent u aangesloten bij de volgende beroepsverenigingen?						
SVFN (Samenwerkende Vakfotografen Nederland)						
	Fotojournalisten			Multimediajournalisten		
	Frequentie	Percentage	Geldig percentage	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Ja	8	2,2	4,2	0	0	0
Nee	182	50,3	95,8	31	72,1	100
Totaal antwoorden	190	52,5	100	31	72,1	100
Missende antwoorden	172	47,5		12	27,9	
Totaal	362	100		43	100	

Vraag 18c						
Bent u aangesloten bij de volgende beroepsverenigingen?						
<i>BFN (Beroeps Fotografen Nederland)</i>						
	Fotojournalisten			Multimediajournalisten		
	Frequentie	Percentage	Geldig percentage	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Ja	14	3,9	7,3	0	0	0
Nee	177	48,9	92,7	32	74,4	100
Totaal antwoorden	191	52,8	100	32	74,4	100
Missende antw.	171	47,2		11	25,6	
Totaal	362	100		43	100	

Vraag 18						
Bent u aangesloten bij de volgende beroepsverenigingen?						
<i>GKf</i>						
	Fotojournalisten			Multimediajournalisten		
	Frequentie	Percentage	Geldig percentage	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Ja	10	2,8	5,3	0	0	0
Nee	180	49,7	94,7	32	74,4	100
Totaal antwoorden	190	52,5	100	32	74,4	100
Missende antw.	172	47,5		11	25,6	
Totaal	362	100		43	100	

Vraag 18e						
Bent u aangesloten bij de volgende beroepsverenigingen?						
<i>PANL (Photographers Association of the Netherlands)</i>						
	Fotojournalisten			Multimediajournalisten		
	Frequentie	Percentage	Geldig percentage	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Ja	5	1,4	2,7	0	0	0
Nee	181	50,0	97,3	32	74,4	100
Totaal antwoorden	186	51,4	100	32	74,4	100
Missende antwoorden	176	48,6		11	25,6	
Totaal	362	100		43	100	

Vraag 19a

Je hoort regelmatig dat journalisten worden belemmerd in het maken van foto's op bepaalde plekken of in bepaalde situaties. Hoe vaak maakt u mee dat het maken van foto's wordt bemoeilijkt door de volgende personen of organisaties?

Particuliere bewakingsdiensten

	Fotojournalisten			Multimediajournalisten		
	Frequentie	Percentage	Geldig percentage	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Dagelijks	14	3,9	3,9	2	4,7	4,9
Wekelijks	70	19,3	19,6	2	4,7	4,9
Maandelijks	83	22,9	23,2	6	14,0	14,6
Jaarlijks	83	22,9	23,2	11	25,6	26,8
Zelden	107	29,6	30,0	20	46,5	48,8
Totaal antwoorden	357	98,6	100	41	95,3	100
Missende antwoorden	5	1,4		2	4,7	
Totaal	362	100		43	100	

Vraag 19b

Je hoort regelmatig dat journalisten worden belemmerd in het maken van foto's op bepaalde plekken of in bepaalde situaties. Hoe vaak maakt u mee dat het maken van foto's wordt bemoeilijkt door de volgende personen of organisaties?

Politie

	Fotojournalisten			Multimediajournalisten		
	Frequentie	Percentage	Geldig percentage	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Dagelijks	11	3,0	3,1	3	7,0	7,3
Wekelijks	35	9,7	9,9	8	18,6	19,5
Maandelijks	75	20,7	21,1	6	14,0	14,6
Jaarlijks	100	27,6	28,2	5	11,6	12,2
Zelden	134	37,0	37,7	19	44,2	46,3
Totaal antwoorden	355	98,1	100	41	95,3	100
Missende antwoorden	7	1,9		2	4,7	
Totaal	362	100		43	100	

Vraag 19c

Je hoort regelmatig dat journalisten worden belemmerd in het maken van foto's op bepaalde plekken of in bepaalde situaties. Hoe vaak maakt u mee dat het maken van foto's wordt bemoeilijkt door de volgende personen of organisaties?

Overheidsinstanties

	Fotojournalisten			Multimediajournalisten		
	Frequentie	Percentage	Geldig percentage	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Dagelijks	6	1,7	1,7	3	7,0	7,3
Wekelijks	25	6,9	7,2	2	4,7	4,9
Maandelijks	70	19,3	20,1	3	7,0	7,3
Jaarlijks	99	27,3	28,4	11	25,6	26,8
Zelden	148	40,9	42,5	22	51,2	53,7
Totaal antwoorden	348	96,1	100	41	95,3	100
Missende antw.	14	3,9		2	4,7	
Totaal	362	100		43	100	

Vraag 19d

Je hoort regelmatig dat journalisten worden belemmerd in het maken van foto's op bepaalde plekken of in bepaalde situaties. Hoe vaak maakt u mee dat het maken van foto's wordt bemoeilijkt door de volgende personen of organisaties?

Bedrijven

	Fotojournalisten			Multimediajournalisten		
	Frequentie	Percentage	Geldig percentage	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Dagelijks	5	1,4	1,4	1	2,3	2,4
Wekelijks	23	6,4	6,6	5	11,6	12,2
Maandelijks	71	19,6	20,3	6	14	14,6
Jaarlijks	100	27,6	28,6	11	25,6	26,8
Zelden	151	41,7	43,1	18	41,9	43,9
Totaal antwoorden	350	96,7	100	41	95,3	100
Missende antw.	12	3,3		2	4,7	
Totaal	362	100		43	100	

Vraag 19e

Je hoort regelmatig dat journalisten worden belemmerd in het maken van foto's op bepaalde plekken of in bepaalde situaties. Hoe vaak maakt u mee dat het maken van foto's wordt bemoeilijkt door de volgende personen of organisaties?

Burgers

	Fotojournalisten			Multimediajournalisten		
	Frequentie	Percentage	Geldig percentage	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Dagelijks	18	5,0	5,1	1	2,3	2,5
Wekelijks	39	10,8	11,0	2	4,7	5,0
Maandelijks	81	22,4	22,8	8	18,6	20,0
Jaarlijks	89	24,6	25,1	7	16,3	17,5
Zelden	128	35,4	36,1	22	51,2	55,0
Totaal antwoorden	355	98,1	100	40	93,0	100
Missende antw.	7	1,9		3	7,0	
Totaal	362	100		43	100	

Vraag 20

[Stelling] Ik krijg steeds vaker te maken met overheidsinstanties die het maken van foto's onmogelijk maken

	Fotojournalisten			Multimediajournalisten		
	Frequentie	Percentage	Geldig percentage	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Helemaal oneens	23	6,4	6,4	8	18,6	19,5
Oneens	172	47,5	47,9	20	46,5	48,8
Eens	133	36,7	37,0	9	20,9	22,0
Helemaal eens	31	8,6	8,6	4	9,3	9,8
Totaal antwoorden	359	99,2	100	41	95,3	100
Missende antw.	3	0,8		2	4,7	
Totaal	362	100		43	100	

Vraag 21						
[Stelling] Burgerfotojournalisten plegen broodroof bij beroepsfotojournalisten.						
	Fotojournalisten			Multimediajournalisten		
	Frequentie	Percentage	Geldig percentage	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Helemaal oneens	23	6,4	6,4	13	30,2	31,7
Oneens	112	30,9	31,1	16	37,2	39,0
Eens	119	32,9	33,1	4	9,3	9,8
Helemaal eens	106	29,3	29,3	8	18,6	19,5
Totaal antwoorden	360	99,4	100	41	95,3	100
Missende antw.	2	0,6		2	4,7	
Totaal	362	100		43	100	

Vraag 22						
[Stelling] Ik krijg steeds vaker te maken met bedrijven die het maken van foto's onmogelijk maken.						
	Fotojournalisten			Multimediajournalisten		
	Frequentie	Percentage	Geldig percentage	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Helemaal oneens	19	5,2	5,3	5	11,6	12,2
Oneens	189	52,2	52,8	25	58,1	61,0
Eens	137	37,8	38,3	9	20,9	22,0
Helemaal eens	13	3,6	3,6	2	4,7	4,9
Totaal antwoorden	358	98,9	100	41	95,3	100
Missende antw.	4	1,1		2	4,7	
Totaal	362	100		43	100	

Vraag 23						
[Stelling] Het is nuttig om een beroepscode voor fotojournalisten in te voeren.						
	Fotojournalisten			Multimediajournalisten		
	Frequentie	Percentage	Geldig percentage	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Helemaal oneens	9	2,5	2,5	3	7,0	7,3
Oneens	68	18,8	19,0	9	20,9	22,0
Eens	144	48,9	49,6	23	53,5	56,1
Helemaal eens	103	28,5	28,9	6	14,0	14,6
Totaal antwoorden	357	98,6	100	41	95,3	100
Missende antw.	5	1,4		2	4,7	
Totaal	362	100		43	100	

Vraag 24						
[Stelling] Ik krijg steeds vaker te maken met politie die het maken van foto's onmogelijk maken.						
	Fotojournalisten			Multimediajournalisten		
	Frequentie	Percentage	Geldig percentage	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Helemaal oneens	27	7,5	7,5	8	18,6	19,5
Oneens	173	47,8	48,2	16	37,2	39,0
Eens	126	34,8	35,1	11	25,6	26,8
Helemaal eens	33	9,1	9,2	6	14,0	14,6
Totaal antwoorden	359	99,2	100	41	95,3	100
Missende antw.	3	0,8		2	4,7	
Totaal	362	100		43	100	

Vraag 25						
[Stelling] In tegenstelling tot beroepsfotojournalisten kennen burgerfotojournalisten geen ethische grenzen.						
	Fotojournalisten			Multimediajournalisten		
	Frequentie	Percentage	Geldig percentage	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Helemaal oneens	14	3,9	3,9	13	30,2	31,7
Oneens	97	26,8	27,2	16	37,2	39,0
Eens	145	40,1	40,7	8	18,6	19,5
Helemaal eens	100	27,6	28,1	4	9,3	9,8
Totaal antwoorden	356	98,3	100	41	95,3	100
Missende antw.	6	1,7		2	4,7	
Totaal	362	100		43	100	

Vraag 26						
[Stelling] Ik krijg steeds vaker te maken met particuliere bewakingsdiensten die het maken van foto's onmogelijk maken.						
	Fotojournalisten			Multimediajournalisten		
	Frequentie	Percentage	Geldig percentage	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Helemaal oneens	23	6,4	6,4	8	18,6	19,5
Oneens	137	37,8	38,3	23	53,5	56,1
Eens	138	38,1	38,5	8	18,6	19,5
Helemaal eens	60	16,6	16,8	2	4,7	4,9
Totaal antwoorden	358	98,9	100	41	95,3	100
Missende antw.	4	1,1		2	4,7	
Totaal	362	100		43	100	

Vraag 27						
[Stelling] Tijdens evenementen (bv. sportwedstrijden, concerten) krijg ik steeds vaker te maken met maatregelen die het fotograferen bemoeilijken.						
	Fotojournalisten			Multimediajournalisten		
	Frequentie	Percentage	Geldig percentage	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Helemaal oneens	79	21,8	22,3	6	14,0	14,6
Oneens	61	16,9	17,2	15	34,9	36,6
Eens	197	54,4	55,6	18	41,9	43,9
Helemaal eens	17	4,7	4,8	2	4,7	4,9
Totaal antwoorden	354	97,8	100	41	95,3	100
Missende antw.	8	2,2		2	4,7	
Totaal	362	100		43	100	

Vraag 28						
[Stelling] Burgerfotojournalisten zijn serieuze concurrenten voor beroepsfotojournalisten.						
	Fotojournalisten			Multimediajournalisten		
	Frequentie	Percentage	Geldig percentage	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Helemaal oneens	27	7,5	7,5	5	11,6	12,2
Oneens	160	44,2	44,7	8	18,6	19,5
Eens	105	29,0	29,3	21	48,8	51,2
Helemaal eens	66	18,2	18,4	7	16,3	17,1
Totaal antwoorden	358	98,9	100	41	95,3	100
Missende antw.	4	1,1		2	4,7	
Totaal	362	100		43	100	

Vraag 29						
[Stelling] Ik heb regelmatig last van amateurfotografen die in de weg lopen.						
	Fotojournalisten			Multimediajournalisten		
	Frequentie	Percentage	Geldig percentage	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Helemaal oneens	18	5,0	5,0	7	16,3	17,1
Oneens	84	23,2	23,5	12	27,9	29,3
Eens	127	35,1	35,5	15	34,9	36,6
Helemaal eens	129	35,6	36,0	7	16,3	17,1
Totaal antwoorden	358	98,9	100	41	95,3	100
Missende antw.	4	1,1		2	4,7	
Totaal	362	100		43	100	

Vraag 30						
[Stelling] Het is belangrijk om onderscheid te maken tussen professionele fotojournalisten en amateurs.						
	Fotojournalisten			Multimediajournalisten		
	Frequentie	Percentage	Geldig percentage	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Helemaal oneens	5	1,4	1,4	5	11,6	12,2
Oneens	36	9,9	10,0	11	25,6	26,8
Eens	132	36,5	36,7	15	34,9	36,6
Helemaal eens	187	51,7	51,9	10	23,3	24,4
Totaal antwoorden	360	99,4	100	41	95,3	100
Missende antw.	2	0,6		2	4,7	
Totaal	362	100		43	100	

Vraag 30						
Men hoort wel eens beweren dat 'burgerfotojournalisten' (burgers die foto's maken) een bedreiging vormen voor de beroepsfotojournalisten. Anderen menen dat beroepsfotojournalisten onmisbaar zullen blijven. Hoe kijkt u hier tegenaan?						
	Fotojournalisten			Multimediajournalisten		
	Frequentie	Percentage	Geldig percentage	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Op afzienbare termijn zullen beroepsfotojournalisten het afleggen tegen burgerfotojournalisten	52	14,4	14,5	4	9,3	9,8
Beroepsfotojournalisten en burgerfotojournalisten zullen voortaan naast elkaar bestaan	231	63,8	64,3	31	72,1	75,6
Op den duur zal de hype van burgerfotojournalisten verdwijnen	76	21,0	21,2	6	14,0	14,6
Totaal antwoorden	359	99,2	100	41	95,3	100
Missende antwoorden	3	0,8		2	4,7	
Totaal	362	100		43	100	

Vraag 31						
Men hoort wel eens dat 'multimediajournalisten' de toekomst hebben. Dat houdt in dat journalisten alles moeten kunnen: schrijven, interviewen, fotograferen, filmen, etc. Hoe kijkt u tegen die ontwikkeling aan?						
	Fotojournalisten			Multimediajournalisten		
	Frequentie	Percentage	Geldig percentage	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Over enkele jaren zijn er geen fotojournalisten meer, want dan zijn alle journalisten uitgerust met een foto- of videocamera	31	8,6	8,7	6	14,0	15,0
Het aantal fotojournalisten zal drastisch afnemen, slechts een enkeling zal nog puur en alleen met fotografie bezig zijn	160	44,2	44,8	16	37,2	40,0
De 'multimediajournalisten' zijn geen bedreiging voor fotojournalisten, aan gespecialiseerde fotojournalisten zal evenveel behoefte blijven bestaan	166	45,9	46,5	18	41,9	45,0
Totaal antwoorden	357	98,6	100	40	93,0	100
Missende antw.	5	1,4		3	7,0	
Totaal	362	100		43	100	

Vraag 32						
Stuurt u foto's in voor de Zilveren Camera?						
	Fotojournalisten			Multimediajournalisten		
	Frequentie	Percentage	Geldig percentage	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Nooit	120	33,1	33,2	34	79,1	81,0
Ooit één keer gedaan	66	18,2	18,3	5	11,6	11,9
Soms	74	20,4	20,5	3	7,0	7,1
Regelmatig, maar niet elk jaar	52	14,4	14,4	0	0	0
Elk jaar	49	13,5	13,6	0	0	0
Totaal antwoorden	361	99,7	100	42	97,7	100
Missende antw.	1	0,3		1	2,3	
Totaal	362	100		43	100	

Vraag 33						
Stuurt u foto's in voor de World Press Photo?						
	Fotojournalisten			Multimediajournalisten		
	Frequentie	Percentage	Geldig percentage	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Nooit	248	68,5	68,7	38	88,4	92,7
Ooit één keer gedaan	44	12,2	12,2	2	4,7	4,9
Soms	37	10,2	10,2	1	2,3	2,4
Regelmatig, maar niet elk jaar	18	5,0	5,0	0	0	0
Elk jaar	14	3,9	3,9	0	0	0
Totaal antwoorden	361	99,7	100	41	95,3	100
Missende antw.	1	0,3		2	4,7	
Totaal	362	100		43	100	

Vraag 34						
Wat vindt u van prijzen als de Zilveren Camera en World Press Photo?						
	Fotojournalisten			Multimediajournalisten		
	Frequentie	Percentage	Geldig percentage	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Belangrijk om kwaliteit van de fotojournalistiek te stimuleren	156	43,1	43,3	11	25,6	26,2
Belangrijk om het werk van professionals te promoten	97	26,8	26,9	11	25,6	26,2
Belangrijk om de beste nieuwsfoto's te eren	38	10,5	10,6	5	11,6	11,9
Niet belangrijk	47	13,0	13,1	9	20,9	21,4
Geen mening	22	6,1	6,1	6	14,0	14,3
Totaal antwoorden	360	99,4	100	42	97,7	100
Missende antw.	2	0,6		1	2,3	
Totaal	362	100		43	100	

Vraag 35						
Welke foto's zouden volgens u mee mogen doen aan wedstrijden als de Zilveren Camera en World Press Photo?						
	Fotojournalisten			Multimediajournalisten		
	Frequentie	Percentage	Geldig percentage	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Alleen foto's van beroepsfotografen	175	48,3	48,5	7	16,3	16,7
Alleen foto's van professionele fotografen	51	14,1	14,1	5	11,6	11,9
Alle foto's, het gaat om de foto's niet om de maker	108	29,8	29,9	25	58,1	59,5
Geen mening	27	7,5	7,5	5	11,6	11,9
Totaal antwoorden	361	99,7	100	42	97,7	100
Missende antw.	1	0,3		1	2,3	
Totaal	362	100		43	100	

Vraag 36
Wat is uw leeftijd?
Fotojournalisten: 359 respondenten hebben de vraag ingevuld. Gemiddelde leeftijd is 44 jaar. (Mediaan = 44, modus = 39 (dus redelijk normaal verdeeld). De oudste deelnemer is 76 jaar en de jongste 18 jaar. 25% van alle deelnemers is 36 jaar of jonger. 50% is 44 jaar of jonger en 75% is 53 jaar of jonger.
Multimediajournalisten: 42 respondenten hebben de vraag ingevuld. Gemiddelde leeftijd is 41 jaar. (mediaan = 39, modus = 37 (dus redelijk normaal verdeeld). De oudste deelnemer is 72 jaar, de jongste 18 jaar. 25% van alle deelnemers is 27 jaar of jonger. 50% is 39 jaar of jonger, en 75% is 52 jaar of jonger.

Vraag 37						
Bent u man of vrouw?						
	Fotojournalisten			Multimediajournalisten		
	Frequentie	Percentage	Geldig percentage	Frequentie	Percentage	Geldig percentage
Man	300	82,9	83,8	39	90,7	92,9
Vrouw	58	16,0	16,2	3	7,0	7,1
Totaal antwoorden	358	98,9	100	42	97,7	100
Missende antw.	4	1,1		1	2,3	
Totaal	362	100		43	100	

Vraag 38**Welke opleiding heeft u genoten die (het meeste) relevant is voor uw fotojournalistieke werkzaamheden?**

	Frequentie	Percentage
Fotovakschool	101	24,9
Kunstacademie	61	15,1
Fotoacademie	49	12,1
Anders (bv. School voor de Journalistiek)	73	18,0
Autodidact	121	29,9
Missende antwoorden	0	0
Totaal	405	100

Bijlage 2: Interviewgids fotojournalisten

In deze interviewgids staan de gespreksonderwerpen uitgewerkt voor de interviews met fotojournalisten voor het project 'fotojournalistiek in perspectief'.

Bij elk gespreksonderwerp staan de volgende onderdelen:

- Doel: korte beschrijving van wat het gespreksonderwerp moet opleveren aan informatie.
- Initiële vraag: de beginvraag om het gespreksonderwerp mee te beginnen.
- Aspecten: punten om door te vragen. Houd goed in de gaten of alle aspecten besproken worden.

1. Het werk van de fotojournalist

Doel: een nauwkeurige beschrijving krijgen van alle werkzaamheden van de ondervraagde fotojournalist.

Initiële vraag: Ik zou graag een nauwgezet beeld willen krijgen van al uw werkzaamheden. Zou u me een nauwkeurig beschrijving kunnen geven van uw werk?

Aspecten:

- Soorten werkzaamheden: fotografie, video, schrijven, redigeren
- Fotojournalistieke werkzaamheden: fotograferen, fotobewerking
- Werkervaring: loopbaan van geïnterviewde
- Opdrachten
 - Welke onderwerpen
 - Waar? Lokaal? Nationaal? Buitenland?
- Opdrachtgevers:
 - Publicatiemedia: In welke media verschijnen foto's van geïnterviewde
 - Fotostockbureaus of fotopersbureaus
 - Journalistieke opdrachtgevers versus PR, publiciteitsfoto's
 - Behalve voor media, voor welke andere opdrachtgevers? Bv. Bedrijven, organisaties, overheid
- Acquisitie: hoe komt geïnterviewde aan opdrachten?
- Bijscholing: op welke manier doet geïnterviewde aan bijscholing?
 - Wat voor cursussen?
 - Welke internetsites?
- Visie op rol van fotojournalist in de samenleving: wat is volgens u het maatschappelijk belang van fotojournalistiek?

2. Belemmeringen

Doel: in kaart brengen van belemmeringen waarmee geïnterviewde te maken heeft tijdens de uitoefening van zijn vak als fotojournalist.

Initiële vraag: De afgelopen tijd hoor je regelmatig verhalen van fotojournalisten die tijdens het fotograferen op een of andere wijze belemmerd worden. Met welke belemmeringen heeft u te kampen tijdens uw werk?

[Eventueel toelichten: Belemmeringen in een brede betekenis. Bijvoorbeeld politie of bewakingsdiensten die het fotograferen verbieden. Of strenge regels tijdens evenementen. Ook kan het gaan om slechte werkomstandigheden, zoals slechte plekken tijdens concerten of sportwedstrijden. Vraag naar voorbeelden!]

Eventueel specifiek vragen naar:

- Belemmeringen door:
 - politie
 - bewakingsdiensten
 - overheid
 - bedrijven
 - tijdens sportwedstrijden
 - tijdens concerten
 - tijdens andere evenementen
- Hoe vaak heeft geïnterviewde te maken met belemmeringen?

3. Ontwikkelingen

Doel: visie van geïnterviewde achterhalen over enkele belangrijke trends in de fotojournalistiek.

Initiële vraag: Momenteel is sprake van enkele belangrijke ontwikkelingen in de fotojournalistiek. Wat zijn in uw optiek de belangrijkste veranderingen waarmee het vak te maken heeft?

Aspecten (zelf naar voren brengen als geïnterviewde er niet over begint):

- Burgerjournalistiek: burgers die foto's maken met pocketcamera's en mobieltjes
- Multimediajournalisten: schrijvende journalisten die ook foto's maken bij hun verhalen
- Bedrijven en organisaties die gratis publiciteitsfoto's sturen naar redacties

Vraag per aspect naar de mening van de geïnterviewde over:

- Invloed op de fotojournalistiek?
- Bedreiging voor fotojournalisten?

4. Toekomst

Doel: te weten komen hoe de geïnterviewde aankijkt tegen de toekomst van de fotojournalistiek.

A. Eigen werk

Initiële vraag: Als u een jaar of vijf tot tien vooruit kijkt, op welke manier zal uw werk als fotojournalist dan zijn veranderd?

Aspecten:

- Welke kansen ziet u voor uzelf als fotojournalist?
- Welke mogelijkheden biedt internet?
- Toeleggen op andere werkzaamheden?
 - Video? (waarom wel/niet)
 - Schrijven? (waarom wel/niet)

B. Fotojournalistiek in het algemeen

Initiële vraag: Hoe kijkt u aan tegen de toekomst van het vak van fotojournalist? Welke veranderingen zullen gaan plaats vinden in de fotojournalistiek?

Aspecten:

- Combineren met andere werkzaamheden?
 - Video?
 - Schrijven?
 - Is de toekomst aan multimediaal werkende journalisten?
- Wat wordt de rol van burgerfotojournalistiek?
- Zal de rol van professionele fotojournalisten in de toekomst afnemen of toenemen?
- Zullen in er in de toekomst nog pure fotojournalisten zijn, die zich echt alleen bezighouden met fotografie?

Bijlage 3: Vragenlijst interviews beeldredacties

1. Hoeveel fotojournalisten heeft uw dagblad/medium in vaste dienst? Welke specialismen hebben zij? Welke rol spelen zij bij het uitzetten en formuleren van de foto-opdrachten?

2. Met hoeveel 'vaste' free lance fotografen werkt u? Neemt dat aantal toe of af?

3. Welke eisen stelt u aan fotojournalisten c.q. hun werk?

4. Maakt uw dag/week blad/medium gebruik van schrijvende journalisten die ook fotograferen? Zo ja hoeveel of hoe vaak? In welke omstandigheden? Waar worden hun foto's voor gebruikt?

5. Welke journalistieke betekenis en functie hebben foto's in uw dagblad?

6. Heeft u op dit gebied een beleid of een profiel geformuleerd?

7. Waarin onderscheidt dit beleid of profiel zich van andere dagbladen in Nederland?

8. Hoe belangrijk is het voor uw dagblad om 'eigen' fotografen te hebben?

9. Welke verwachtingen heeft u van de opleidingen voor (foto)journalisten?

10. Voert u voor gedrukte oplage en internet hetzelfde inhoudelijk beleid w.b. fotografie?

11. Welke mogelijkheden en kansen ziet u in de nabije en of verre toekomst voor de fotojournalistiek in het Nederlandse dag/week blad/anders?

12. Is er een budget voor fotojournalistiek? Zijn de budgetten voor het plaatsen van foto's sinds 2005 substantieel hoger of juist lager geworden? En voor het verstrekken van opdrachten aan c.q. het inhuren van fotografen? Wat waren of zijn de consequenties van die verhogingen/verlagingen?

13. Welke vergoeding ontvangt een fotograaf voor plaatsing van een driekoloms foto op de voorpagina?

14. Uit hoeveel personen bestaat de foto- of beeldredactie? Wie zitten daar in? Beslissen de ingeschakelde fotografen mee over de beeldkeuzen?

15. Hoe vaak maakt u gebruik van het aanbod van fotopersbureaus of stockbureaus? Heeft uw bedrijf abonnementen bij fotopersbureaus/stockbureaus? Zo ja, welke?

16. Hoe vaak maakt u gebruik van het aanbod van free-lance fotojournalisten? Werken zij in Nederland of ook daarbuiten?

17. Maakt u gebruik van het aanbod van nieuwsfoto's of andere foto's afkomstig van foto-amateurs. Bijvoorbeeld 'burgerjournalisten'? Zo ja, hoe vaak en in welke situatie?