

# **Fotojournalistiek in perspectief**

**Voorlopig rapport met de belangrijkste  
bevindingen**

Juli 2009

Prof. drs. Frits Gierstberg, Erasmus Universiteit Rotterdam  
Dr. Alexander Pleijter, Universiteit Leiden

# Inleiding

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 wordt geacht in dienst te staan van het goed functioneren van onze democratie. Zij is daarbij afhankelijk van onder andere 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 diverse ontwikkelingen. We noemen de meest in het oog springende:

- De vercommercialisering van de media en de opkomst van de beleveniseconomie zetten de markt voor dagbladen en maatschappijkritisch *angehauchte* tijdschriften onder zware druk. Jongere generaties halen hun nieuwsinformatie in toenemende mate van het internet (waar gratis de norm is) en steeds minder uit de krant. 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. Terwijl het bedrijfsleven, de overheid en de politiek steeds meer investeringen doen en professionals aantrekken om middels beeld de publieke opinie te beïnvloeden.
- 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. Een ander voorbeeld is de mediacode van de RVD om fotojournalisten op afstand te houden van de leden van het koninklijk huis. Daarnaast worden de journalistieke media door sommige politici met enige regelmaat tot de veroorzakers van maatschappelijke onrust bestempeld, waardoor hun status als onafhankelijke informatieverspreiders en opiniemakers wordt aangetast.
- 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. Dagbladen en nieuwsprogramma's maken er dankbaar gebruik van, de beroepsgroep heeft het nakijken. Een neveneffect is dat de waardering voor het werk van de professionele fotojournalist verder vermindert.

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

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

# Het onderzoek

Naar aanleiding van de hierboven kort geschetste ontwikkelingen stelde de opdrachtgever van dit onderzoek, de NVJ /NVF (Nederlandse Vereniging van Journalisten/Nederlandse Vereniging van Fotojournalisten), zich vragen over de huidige positie en toekomstige rol van de fotojournalistiek. Het lijkt er immers op dat de fotojournalistiek 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 we de fotojournalistiek misschien opnieuw definiëren?

De antwoorden op deze 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 deze vragen is het noodzakelijk om allereerst inzicht te krijgen in hoe fotojournalisten op dit moment werken en hoe zij met de veranderingen en ontwikkelingen omgaan. Op dit terrein is in ons land nog geen onderzoek gedaan, de ‘harde feiten’ ontbreken. Zo is bijvoorbeeld niet precies bekend hoeveel fotojournalisten er als zodanig in Nederland werkzaam zijn (schattingen liggen tussen 1200 en 1500 personen).

## Doelstelling onderzoek

Dit onderzoek heeft als doel inzicht te verwerven in de veranderende beroepspraktijk van de fotojournalist in Nederland.<sup>1</sup> Het onderzoek zal informatie geven over de positie en status van de fotojournalistiek en indicaties geven over de richting waarin het vak zich ontwikkelt.

De resultaten van het onderzoek zullen van invloed zijn op 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.

## Probleemstelling

Door toenemende marktwerking, mediale en politieke ontwikkelingen, en digitalisering staat de fotojournalistiek onder druk. 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. Betrokkenen kunnen zich in debatten, bij besluit- en beleidsvorming niet baseren op gefundeerde informatie. Daarom richt dit onderzoek zich op de vraag:

---

<sup>1</sup> Dit onderzoek verschilt dus met het in opdracht van o.a. de Fotografenfederatie uitgevoerde ‘Brancheonderzoek Fotografen 2005’ waarin de bedrijfseconomische positie van fotografen centraal staat.

*Hoe verandert de beroepspraktijk van fotojournalisten in Nederland anno 2008/2009, en hoe reageert de beroepsgroep op die veranderingen?*

Onder ‘beroepspraktijk’ wordt daarbij 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. 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**

Om de bovengenoemde vragen op een gefundeerde manier te onderzoeken, is een aanpak gekozen die bestaat uit een drietal onderzoeksdelen:

1. *Enquête* onder fotojournalisten om erachter te komen hoe de beroepspraktijk van fotojournalisten eruit ziet, met welke veranderingen de beroepsgroep te maken heeft en hoe zij daarop in de praktijk reageert of in de toekomst denkt om te gaan. Deze enquête is op internet uitgezet met een brede oproep aan fotojournalisten om deel te nemen. Dit leverde uiteindelijk 439 respondenten op.
2. Daarnaast is in *interviews* met 28 fotojournalisten uitgebreider gesproken over de ontwikkelingen in hun beroepsveld.
3. *Interviews* met (chefs van) beeldredacties van landelijke en regionale dagbladen, opiniebladen en enkele andere tijdschriften om inzicht te krijgen in het fotobeleid van dagbladen en tijdschriften en veranderingen daarin. Deze interviews bieden een context waarbinnen de resultaten van de enquête kunnen worden begrepen. In totaal zijn 16 redacties geïnterviewd. Door beperkingen van tijd en budget konden niet meer media worden ondervraagd. Vervolgonderzoek kan hierin voorzien.

Het onderzoek is uitgevoerd in het najaar van 2008 (online enquête, interviews met fotografen) en het vroege voorjaar van 2009 (interviews beeldredacties).

### **Verantwoording**

De inhoudelijke en methodologische verantwoording voor het onderzoek is in handen van prof. drs. Frits Gierstberg (Erasmus Universiteit Rotterdam) en dr. Alexander Pleijter, Universiteit Leiden. Opdrachtgever is de NVJ/NVF. De analyse van de enquête is gedaan door dr. Alexander Pleijter. De interviews met fotografen zijn onder begeleiding van dr. Alexander Pleijter uitgevoerd door een groep studenten van de master Journalistiek en Nieuwe Media van de

Universiteit Leiden. De interviews met de beeldredacteurs zijn uitgevoerd onder begeleiding van prof. drs. Frits Gierstberg door de journalisten Bert Pots en Lilian Roos.

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.

# Samenvatting resultaten

Hieronder volgen de belangrijkste bevindingen van het onderzoek. Allereerst richt de aandacht zich op de fotojournalisten. De resultaten van de enquête en de interviews zijn in onderlinge samenhang verwerkt om tot een goed totaalbeeld te komen. Vervolgens volgen de belangrijkste bevindingen uit de interviews met fotoredacties.

## Belangrijkste resultaten 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 gebruiken 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 en via internet kunnen ze op een goedkope manier op de hoogte blijven. Belangrijkste fotograferenorganisatie 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 vaak 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. Ze 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. Afgelopen jaar ging gemiddeld 4700 euro op aan camera's en bijbehoren (zoals lenzen), 2300 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 8000 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 (vijfenvijftig procent) en evenementen zoals concerten en sportwedstrijden (zestig procent). Ook tijdens de interviews beklagen de fotojournalisten zich met name over de toename van 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 vijfenveertig 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 vijftig procent 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 getuigen met hun mobiele telefoon of digitale camera aanwezig als zich iets nieuwswaardigs afspeelt. Daardoor is de nieuwswaarde 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 vijftien 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 zestig procent vindt dat zulke prijzen louter voor professionals bedoeld zijn. Opmerkelijk: vijftien procent wil deelname beperken tot fotojournalisten, terwijl bijna vijftig procent vindt dat alle fotografen mee mogen doen, journalist of niet, als ze maar beroeps zijn. Dertig procent wil geen enkel onderscheid maken en meent dat het om de foto's gaat en niet om de makers.

### **Belangrijkste resultaten fotoredacties**

1. Fotojournalisten hebben nooit redactionele of (beeld)beleidsmatige inbreng. In een enkel geval worden zij betrokken bij de eindselectie van de door hen ingestuurde foto's.

2. De fotojournalist in vaste dienst is vrijwel geheel verdwenen. Vrijwel alle ondervraagde media werken met een vaste groep freelancers. Er is hierop één belangrijke uitzondering. Aanbod van beeld van buiten de vaste groep freelancers komt weinig voor en wordt nauwelijks geaccepteerd.

3. Ingeval van gedrukte media met een website heeft de beeldredactie voor de gedrukte editie vrijwel nooit invloed op het beeldbeleid van de website.

4. Vrijwel alle media hechten groot belang aan beeld als het gaat om herkenbaarheid en profilering.

5. 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 40 en 100 euro. Voor tijdrovende opdrachten en series wordt dit bedrag verdubbeld tot verviervoudigd. Aan herplaatsing is lang niet altijd een vergoeding verbonden.

6. Een fotobeleid is in nog niet de helft van de gevallen en dan nog slechts zelden op papier gezet.

7. Gemiddeld komt 60% van het beeld van pers- en stockbureaus, 40% van 'eigen' freelancers.
8. 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.
9. Foto's van amateurs ('burgerjournalisten') worden nauwelijks gebruikt met uitzondering van rampen en ongelukken. 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. De meest gestelde eisen aan beginnende fotojournalisten cq. de opleidingen zijn: algemene ontwikkeling, doorzettingsvermogen, sociale vaardigheden. Op artistiek vlak worden de opleidingen hoog aangeslagen, maar niet wat genoemde eisen betreft.
11. Journalistieke fotoseries over Nederlandse onderwerpen met een bovenlokaal belang worden node gemist.
12. 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 je daar op dit moment geld kan verdienen. Dat geldt ook voor fotojournalisten die multimediaal werken.

## Conclusies

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. 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.

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.

De fotojournalisten merken vooral dat 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.

Derhalve zijn er twee belangrijke trends te constateren in de fotojournalistiek. Aan de ene kant 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 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.