

FREELANCEUNDERSØGELSEN

Hvad er en lokal freelanceundersøgelse

En kortlægning af, hvor meget af et bestemt medieprodukt, der produceres af freelancere, hvem disse freelancere er, hvad de får for det, og på hvilke vilkår.

Hvorfor lave en lokal freelanceundersøgelse

Ved at producere kollektive data kan I som freelancere synliggøre for jer selv, hvor meget af produktet, I rent faktisk producerer. Og om det, I reelt får for det, er rimeligt. Dernæst kan data bruges til at synliggøre jeres betydning som freelancere over for ledelsen/forhandlingspartneren. Somme tider bilder man enten sig selv ind, eller andre bilder en ind, at betalingen er rimelig, selvom den ikke er det. Eller at mediet sagtens kunne klare sig uden freelancernes arbejdskraft, selvom det ikke er tilfældet.

En lokal freelanceundersøgelse viser realiteterne i tørre tal og forvandler individuelle oplevelser til kollektive data. En lokal freelanceundersøgelse kan også gøre jer klogere på, hvem I er i klubben – hvor meget af folks arbejdstid lægges på det pågældende medie, hvad laver folk ellers, hvilke fagligheder/hvilke fagforeninger kommer I fra, hvor ens eller forskellige er jeres vilkår på mediet.

Hvordan udføres en lokal freelanceundersøgelse

Diskuter formålet med undersøgelsen i klubben og vælg en gruppe på to-tre personer, der udfører arbejdet. Hvor lang tid det tager at udarbejde undersøgelsen kommer an på mediets størrelse (herunder antallet af freelancere og antallet af konkrete produkter, der skal kortlægges) og jeres ambitionsniveau i forhold til hvilke data, der skal indsamles, hvordan de skal bearbejdes og hvad resultaterne skal kunne bruges til.

En undersøgelse kan skrues sammen på flere måder, men her er et bud på de forskellige led i processen:

1) Indsamling af navne

For at kunne kortlægge hvor meget af medieproduktet, der er produceret af freelancere, har I brug for så komplet en liste som muligt over freelancere, der lever til mediet. Denne liste kan evt. skaffes fra regnskabs/økonomiafdelingen eller ledelsen, og ofte vil de fastansattes tillidsrepræsentant kunne hjælpe jer med at skaffe den. Hvis I kan få en sådan liste, kan I også bruge den til at få kontakt til de freelancere, I ikke kendte i forvejen, for at høre, om de vil være med i klubben. Det udvider samtidig jeres grundlag for at indsamle data. Hvis I ikke kan skaffe en sådan liste, vil navnene på de fastansatte ofte være tilgængelige f.eks. på mediets hjemmeside. Alle, der ikke er fastansatte (eller praktikanter), må antages at være freelancere. Problemet med sidstnævnte metode er, at på visse medier vil freelancere

også have en offentlig profil på mediets hjemmeside uden at det fremgår, at de ikke er fastansatte.

Afsæt ca. 1 arbejdsdag til at få overblik over dette, og evt. mere, hvis I samtidig vil bruge oversigten til at kontakte folk med henblik på at få dem tilknyttet klubben.

2) Kortlægning af freelanceproduktion

Vælg f.eks. tre ugers avis eller X antal numre af magasinet (afhængig af hvor ofte det udkommer) fordelt på forskellige dele af året (så det f.eks. dækker særnumre, ferieperioder og ikke-ferieperioder osv.). Vælg en opgørelsesmetode, f.eks. tæl i hele, halve og evt. kvarte sider, hvis det er et trykt format. Gennemgå bylines og marker med forskellig farve tusch, om det er en fastansat eller freelancer (på den måde kan man altid gå tilbage og tjekke sin optælling efter, uden at skulle starte helt forfra), og optæl undervejs pr. avis eller magasin, hvor meget af det redaktionelle stof (dvs. minus annoncer, tv-programmer osv.), der er produceret af hhv. freelancere og fastansatte. Når optællingen er færdig, kan data f.eks. tastes ind i excel eller lignede og omdannes til grafer for overblikkets skyld.

Afsæt 1-3 arbejdsdage til dette, afhængig af hvor stor en mængde I mener det er nødvendigt at gennemgå for at få et nogenlunde dækkende billede, og hvor enkelt det vil være at skaffe eksemplarerne af aviserne eller magasinerne.

3) Spørgeskemaundersøgelse

Overvej, hvad I gerne vil vide/hvad I har brug for at vide og til hvilken anledning (kan f.eks. være som baggrundsviden til kommende overenskomstforhandlinger i samarbejde med fastansattes tillidsrepræsentant). Se eksempel på spørgsmål nedenfor. Opret et elektronisk spørgeskema via f.eks. surveymonkey eller en anden udbyder, I kender til, og som matcher jeres behov. Send undersøgelsen ud i jeres klub via f.eks. link i facebookgruppen og på mailinglisten; sæt en deadline for besvarelse og mind folk om det f.eks. to gange. Det er muligt at indstille f.eks. surveymonkey til at besvarelserne er anonyme, og det kan være en god idé at understrege overfor dem, der skal besvare den, at det er anonymt.

Afsæt ca. en halv arbejdsdag til udarbejdelse og udsendelse af spørgeskemaet og 1-3 arbejdsdage til behandling af data (afhængig af, hvor mange besvarelser I regner med at få, og hvor omfattende spørgeskemaet er).

Eksempler på spørgsmål til spørgeskemaundersøgelse

NB: Alle spørgsmål bør tilpasses de relevante forhold på det pågældende medie, og der kan ved de fleste spørgsmål med fordel indsættes mulighed for at uddybe svarene, f.eks. med boks til fritekst (kommentarer:). Fritekst gør bearbejdning af data lidt mere tidskrævende, til gengæld kan det give vigtige oplysninger om ting, I ikke havde tænkt på at spørge til, eller uddybende oplysninger om noget, som det er vanskeligt at svare entydigt på.

1. Angiv ud for de forskellige formater det gennemsnitlige timetal, du bruger i alt, inkl. research, sparring med redaktør mv. (Indsæt de mest anvendte formater i det

pågældende medie)

2. Angiv ud for de forskellige formater hvad du plejer at få i honorar, herunder hvis du har fået oplyst, at der er et standardhonorar for formatet (indsæt formater)

3. Angiv ud for de forskellige formater hvad du plejer at få i honorar, herunder hvis du har fået oplyst, at der er et standardhonorar for formatet. (indsæt formater)

4a. Når du skriver artikler, der kræver transport og evt. overnatning, modtager du da kompensation fra (indsæt mediet) for omkostninger?

4b. Hvis du modtager kompensation, er det da (klik i en eller flere af boksene)

For transporten

I form af diæter

I form af højere honorar

5. Modtager du grundbeløb? (som fastlancer f.eks.)

Underkategori: Beskriv hvilke forpligtelser/forventninger, der følger med grundbeløbet og angiv evt. beløbets størrelse

6. Er du eller har du været ansat i et vikariat på (indsæt mediet)?

Underkategori: Beskriv kort ansættelses- og lønvilkår, herunder om du fik pension, betalt ferie mv, og hvor mange måneder, vikariatet forløb

7. Hvor stor en del af din arbejdstid lægger du på (indsæt mediet)?

Kategorier, feks. "under 25 procent", "25-50 procent", "50-75 procent", "over 75 procent", "100 procent"

8. Hvor stor en del af din samlede indkomst kommer fra (indsæt medie)?

Kategorier, feks. "under 25 procent", "25-50 procent", "50-75 procent", "over 75 procent", "100 procent"

9. Hvis du har anden indkomst end (indsæt medie), er det da (klik i en eller flere af boksene)

Kategorier: Fuldtidsansættelse på anden arbejdsplads, deltidsansættelse på anden arbejdsplads, andet freelancearbejde, supplerende dagpenge

10. Er du medlem af:

DJ

DM

Er medlem af en tredje fagforening (giv evt. mulighed for at notere i fritekst hvilken det så er)

Ikke medlem af fagforening

11. Har du yderligere input angående freelancevilkår på (indsæt medie)?

4. Bearbejd jeres data

Når kortlægningen af freelancere og freelancestof samt spørgeskemaundersøgelsen er gennemført, skal data bearbejdes, hvis I skal kunne bruge det fremadrettet.

Husk når I bearbejder data fra spørgeskemaundersøgelsen, at hvis I har lovet anonymitet, og har oprettet "åbne" spørgsmål, der lægger op til individuelle formuleringer og beskrivelser, så kan de oplysninger, der fremkommer i disse svartyper skulle enten bearbejdes eller delvist udelades af den redegørelse eller rapport, som bliver tilgængelig for en større gruppe mennesker (f.eks. klubben eller folk i DJ). Nogle svar på åbne spørgsmål kan være så specifikke, at det vil være nemt at gætte sig til, hvem afsenderen er. Hvis nogen f.eks. har svaret i et åbent kommentarfelt: "jeg var på en reportagerejse i Bangladesh, hvor jeg lavede en fotoreportage om tekstilfabrikker, som blev bragt i oktober 2015, og der fik jeg forhandlet honoraret op på 10.000 kr., men til gengæld ville redaktøren slet ikke diskutere evt. dækning af rejseomkostninger og tolk" - så kan det f.eks. omformuleres til, "en freelancer havde erfaring med, at honoraret kan forhandles op ifm. reportagerejser, men at der ikke var åbenhed ift. at få dækket omkostninger til f.eks. transport og lokal assistance".

Når I analyserer de kollektive data, der kan trækkes ud af besvarelserne, kan I evt. tilføje, hvad I mener, besvarelserne peger på:

- Hvis der f.eks. er et flertal, som lægger mere end 50 procent af deres arbejdstid på det pågældende medie, men et mindretal, som har mere end 50 procent af deres indtægt fra det på gældende medie, så tyder det på et ganske alvorligt misforhold mellem arbejdstid og compensation.
- Hvis spørgsmåleksemplerne 1 og 2 er relevante for jeres medie, kan I f.eks. udregne gennemsnitlig samt højeste og laveste timeløn på de forskellige formater ved at krydslæse resultaterne og derpå sammenligne disse timelønninger med de fastansatte på samme medie og/eller DJ's vejledende takster.

Udarbejd en samlet rapport/et baggrundsnotat med jeres resultater og evt. fortolkninger, og del det i klubben samt med de fastansattes tillidsrepræsentant og evt. med FreelanceGruppen i DJ og den eller de faglige konsulenter, I har været i kontakt med/skal samarbejde med f.eks. i forbindelse med overenskomstforhandlinger. Brug rapporten til at få øje på fælles problemstillinger, som I kan handle fælles på.

Kontakt FreelanceGruppens bestyrelse, hvis I vil have støtte til at komme i gang – eller komme videre: mediklubben@freelancegruppen.dk