

Hvor stort er frilansernes bidrag i norske medier?

*En kvantitativ analyse av artikler
publisert i årene 2017-2023*

Av:

Anders Graver Knudsen,

Førstelektor, Institutt for journalistikk og mediefag, OsloMet.

Ola Huse Ramstad,

PhD, dataforsker, The AI Journalism Resource Center, OsloMet.



Introduksjon og takk

Denne rapporten inngår i et omfattende arbeid som har hatt som mål å kartlegge frilansjournalister rolle og vilkår i norske medier. Prosjektet startet med at dagens leder av NJ Frilans, Audun Hasvik, i 2017 tok initiativ til at det ble gjennomført en undersøkelse som ga faktabasert innsikt i hvordan det er å leve som frilanser. Etter samtaler med Statistisk sentralbyrå, Fritt Ord og NJ, ble prosjektet finansiert med midler fra Fritt Ord og NJ.

Den første undersøkelsen ble planlagt av en prosjektgruppe med representanter fra Norsk Kritikerlag, Norsk Journalistlag (NJ), Fritt Ord og forskere ved OsloMet og Nord Universitet. Prosjektet ledet til en arbeidskårsundersøkelse som ble gjennomført av Birgit Røe Mathisen (Nord Universitet) og Anders Graver Knudsen (OsloMet) i 2019. Prosjektet resulterte i en Fritt Ord-rapport og flere forskningsartikler¹.

I årene som fulgte ble prosjektet videreutviklet, og i 2021 ble ideen om en kvantitativ innholdsanalyse lansert. Målet var å kartlegge frilansernes andel av det som publiseres i norske medier. Også denne gangen stilte Fritt Ord og NJ opp med finansiering. Opphaverne til ca. 6 millioner artikler som ble publisert i 369 norske medier i årene 2017-2023 ble kartlagt og kategorisert. Det er resultatene fra dette arbeidet som blir presentert i denne rapporten.

Parallelt med den kvantitative undersøkelsen ble det i 2024 gjennomført en oppfølger til arbeidskårsundersøkelsen fra 2019. Denne gangen avgrenset til medlemmer av NJ Frilans. Undersøkelsen inngår i det empiriske grunnlag for boka *Frilansjournalisten – Fri og sårbar*, som utgis på Orkana Forlag høsten 2025, med Mathisen og Knudsen som redaktører.

Flere personer og institusjoner har vært avgjørende for at disse prosjektene har latt seg gjennomføre. Først og fremst rettes en stor takk til Fritt Ord, ved direktør Knut Olav Åmås, og Norsk Journalistlag, ved sekretariatsleder Hilde Tretterud, for finansieringen av prosjektene, og for et vedvarende engasjement for å løfte frilansjournalistikken som tema.

Prosjektgruppa har bestått av Fritt Ords Tonje Olsrud, etterfulgt av Henrik Pryser Libell, leder i NJ Frilans, Audun Hasvik, og rådgiver i NJ, Trond Idås.

En stor takk går til Audun Hasvik, som tok initiativet til arbeidsårsundersøkelsen og den kvantitative undersøkelsen som ligger til grunn for denne rapporten. Videre rettes en særlig takk til Trond Idås og Norsk Journalistlag, som har bidratt med faglig veiledning og omfattende støtte i gjennomføringen av prosjektene – ikke minst i arbeidet med denne rapporten, der Idås har lagt ned en betydelig arbeidsinnsats. Til slutt en stor takk til Eva Stabell, rådgiver i NJ, for gjennomlesning og språklig bistand.

Til sammen har dette brede samarbeid mellom forskere, organisasjoner og støttespillere gjort det mulig å utvikle ny og systematisk kunnskap om frilansernes plass i norske medier.

Oslo, 07.10.2025

Anders Graver Knudsen

¹ <https://frittord.no/attachments/b0306b6085945de9b2ad8dfd5dfe15548f49fa08/16-20191220153830703702.pdf>

Innholdsfortegnelse

0. Sammendrag.....	4
1. Innledning	5
1.1 Mål for undersøkelsen	6
1.2 Hva vet vi om norske mediefrilansere fra tidligere?.....	7
2. Metode	9
2.1 Omfang av materialet og metodisk tilnærming.....	9
2.2. Mulige feilkilder og utfordringer.....	11
3. Analyse.....	12
3.1. Bakgrunnsvariabler – hvem er frilanserne som publiserer?	12
3.2. Omfang og produktivitet.....	18
3.3. Lengde og omfang på materialet frilanserne leverer	23
3.4. Stoffområder.....	24
3.5. Frilansbruk for de ulike medietypene.....	27
3.6. Hvor mange oppdragsgivere har frilansere, og hvor avhengig er de av hovedoppdragsgiveren?	30
4. Fotojournalistene.....	31
5. Oppsummering	35
6. Litteratur	38
7. Vedlegg	40
7.1. Kodebok for innholdsanalysen	40
7.2. Mediene som inngår i undersøkelsen	44

Sammendrag:

Denne rapporten kartlegger frilansernes plass i norske medier gjennom analyser av rundt 6 millioner artikler publisert i 369 norske medier i årene fra 2017 til 2023. Artiklene er hentet fra alle typer skriftbaserte, redaktørstyrte medier (se vedlegg 2). Bylinene til journalistene bak artiklene er analysert opp mot kategoriene i Norsk Journalistlags medlemsregister.

Funnene viser at frilansere har en spesielt sentral rolle i fagpressen, der de har bidratt med ca. 13 prosent av teksten og nesten 30 prosent av bildene som er blitt publisert i løpet av de syv årene som er undersøkt. De er også en viktig ressurs for de nasjonale nisjeavisene, der de står for 5 prosent av teksten og 16 prosent av bildene. I riksavisene utgjør frilansandelen ca. 3 prosent av teksten. Også her har frilansfotografer tatt 16 prosent – hvert sjette - bilde som er blitt publisert. For datamaterialet i sin helhet står NJ Frilans sine medlemmer for mellom 2 og 3 prosent av teksten, mens frilansfotografenes andel har variert mellom 6 og 10 prosent av bildene som er blitt publisert i årene som er kartlagt.

Undersøkelsen viser at andelen frilansstoff er relativt stabil i disse årene, men tendensen er at andelen frilansstoff har gått noe ned siden 2017. Dette har en sammenheng med at pensjonister og studenter bidrar med en betydelig og økende andel av stoffet som publiseres i norske medier. Deres andel er i flere av de undersøkte årene like stor eller større enn frilansernes.

Frilansernes arbeidsmåte skiller seg fra de fast ansattes. De publiserer færre saker, samtidig er tekstene gjennomgående lengre enn de ansattes. Kultur og sport er de mest sentrale stoffområdene, mens ansatte journalister i større grad dekker brede nyhetsfelt som politikk, økonomi og kriminalitet.

Bruken av frilansere varierer sterkt mellom medietyper. Fagpresse, nisjemedier og til en viss grad riksaviser og nettmagasiner, er de største oppdragsgiverne, mens lokalaviser, regionaviser og kringkastingenes nettutgaver bruker lite frilansstoff. Frilansere er ofte knyttet til en eller få redaksjoner, selv om flere har utvidet antallet oppdragsgivere de siste årene.

Som det går fram av tallene som er referert ovenfor skiller fotojournalistene seg fra de skrivende frilanserne ved at de er opphavere til en vesentlig større andel av bildene som er blitt publisert enn deres skrivende kollegers andel på tekstområdet. Dette gjenspeiler at pressefotografer tradisjonelt i større grad har vært frilansere, og at en rekke redaksjoner har bygget ned fotoavdelingene de senere årene.

Samlet gir rapporten et helhetlig bilde av hvordan frilanserne bidrar til norsk journalistikk, både i omfang, tematiske områder og gjennom ulike medietyper.

1. Innledning

Den norske mediebransjen har gjennomgått store strukturelle og økonomiske endringer siden årtusenskiftet (Grimsmo & Heen 2013; Karlsnes & Steensen 2019; Bjerke et al., 2019). Journalistikk er en konjunkturutsatt bransje, der det alltid har vært store økonomiske svingninger. De siste årene har arbeidsmarkedet for journalister vært tøft. Samtidig har mediebransjen en lang tradisjon for å være en del av det etablerte og regulerte norske arbeidslivet, der høy organisasjonsgrad og kollektive løsninger har bidratt til gode lønns- og arbeidsbetingelser (Hvid & Falkum 2019). Både norske og internasjonale undersøkelser viser samtidig at arbeidsvilkårene for journalister uten fast ansettelse er vesentlig mer krevende enn for kolleger med fast jobb (Rick, 2024; Rick & Hanitzsch 2024; Mathisen & Knudsen, 2025). Overgangen til en medieøkonomi basert på digital publisering, konkurransen om annonsekronene fra «big tech»-selskapene, kombinert med pandemi, krig i Europa og en mer ustabil verden, har også påvirket rammevilkårene for norsk journalistikk. Etter et økonomisk oppsving og aktiv rekruttering i perioden 2020-2022, ble kranene skrudd til igjen høsten 2022 på grunn av stor økonomisk usikkerhet i mange mediehus. Siden har de økonomiske pilene for mediebransjen pekt nedover.²

Mediene spiller en nøkkelrolle i demokratiet. De endrede rammebetingelsene har betydning for medienes utøvelse av sin samfunnsrolle. En bransje som erstatter fast ansatte med atypisk arbeidskraft som frilansere, står i fare for å bryte ned kollektivet som faste ansettelser representerer - det er i samspillet kolleger imellom at normene for profesjonsutøvelsen dannes og videreutvikles (Knudsen & Mathisen 2020). I forlengelsen av dette kan en økende andel frilansere få betydning for journalistikkens vilkår, og i neste omgang utøvelsen av samfunnsoppdraget (Edström & Ladendorf, 2012; Mathisen 2016). Journalistikkens rammevilkår kan også få betydning for publikums tillit til innholdet i mediene, som er selve bærebjelken for medienes posisjon i samfunnet (Rick, 2024).

Gjennom kvantitative og kvalitative studier vet vi ganske mye om hvordan frilansere selv opplever sine arbeidsvilkår, hvilke profesjonelle normer og etiske rammeverk de opererer innenfor og hvilke utfordringer de har i møte med den fast ansatte delen av profesjonen (se for eks: Mathisen, 2016; Bjerke et al., 2019; Fonn et al., 2022; Mathisen & Knudsen, 2025). Det vi vet mindre om, er betydningen frilanserne har for den norske medieproduksjonen som helhet. Selv om faste, regulerte ansettelses- og arbeidsforhold fortsatt står sterkt i norsk mediebransje, og det ikke er noen dramatisk økning i antall frilansere, vil økt kunnskap om frilanseres andel av det redaksjonelle innholdet som publiseres, være viktig i fremtidige diskusjoner om både arbeidsvilkår og profesjonsutøvelsen for fast ansatte og frilansjournalister.

I denne rapporten vil vi gi noen kvantitative svar på hvilken betydning frilanserne har for innholdet i tekstbaserte norske medier. Rapporten er et samarbeidsprosjekt mellom Fritt Ord, OsloMet og Norsk Journalistlags organisasjon for frilansere, NJ Frilans.

² [Medietilsynet: Redaktørstyrte mediers økonomiske situasjon og fremtidsutsikter - rapport](#)

1.1 Mål for undersøkelsen

Dette prosjektet bygger videre på to tidligere samarbeidsprosjekter. Det første var et samarbeid mellom Fritt Ord, NJ og Norsk Kritikerlag som kartla frilanseres arbeidsvilkår. Det resulterte blant annet i en rapport som ble publisert i 2019.³ Dette prosjektet ble fulgt opp med en undersøkelse blant NJs frilansmedlemmer i 2024. Også dette var et samarbeid mellom Fritt Ord og NJ, med mål om å sammenlikne endringer i frilanseres arbeidsvilkår over en femårsperiode. Denne perioden var delvis preget av pandemi og nedstengning av samfunnet og arbeidslivet (Mathisen & Knudsen, 2025). Undersøkelsene viser at norske mediefrilansere er høyt utdannet og trives godt i frilansrollen, særlig med tanke på det faglige innholdet i arbeidet de utfører. Samtidig er gjennomsnittsinntekten lav, mange sliter med å skille jobb og fritid, og opplever at oppdragsgiverne i liten grad følger NJs minstesatser for frilansoppdrag.⁴

I undersøkelsen som ligger til grunn for denne rapporten, ville vi gå videre i et nytt spor ved å bruke kunstig intelligens (KI) på et stort datamateriale for å undersøke plassen frilansprodusert stoff har i den redaktørstyrte delen av norsk mediebransje.

Rapporten bygger på en kvantitativ innholdsanalyse av journalistisk innhold i redaktørstyrte medier i tidsperioden 2017-2023. Datagrunnlaget er 6 millioner artikler som er publisert av NJs fast ansatte medlemmer, frilansere, studenter og pensjonistmedlemmer i løpet av disse årene. Datakjøringene er utført av mediebyrået InfoMedia på oppdrag fra NJ og Fritt Ord.

På forhånd var vi kjent med at organiserte frilansjournalister utgjorde i underkant av 10 prosent av NJs yrkesaktive i medlemmer (se nærmere beskrivelser av medlemstall på s. 5). Omfanget av hva de produserer og hvilke typer medier de leverer til, er ikke blitt kartlagt tidligere. Ambisjonen med dette prosjektet er å gi en kvantitativ beskrivelse av disse forholdene, og dermed et mer utfyllende bilde av frilansernes betydning for den samlede norske medieproduksjonen.

Rapporten tar for seg ulike temaer knyttet til frilansernes bidrag i norske medier basert på følgende hovedspørsmål:

- Hva er omfanget av frilansmaterialet i norske medier?
- Hvordan er produktiviteten blant norske frilansere?
- Hvilke stoffområder jobber frilanserne med?
- Hvilke medietyper er de viktigste oppdragsgiverne for norske frilansere?

Rapporten vil først presentere noen demografiske bakgrunnsvariabler for de som leverer frilansstoff til norske medier. Deretter ser vi på omfang og produktivitet, før analyser av stoffområder frilanserne jobber med, blir presentert og sammenliknet med fast ansatte medlemmer. Hvilke medietyper som er de viktigste oppdragsgiverne er undersøkt, og også hvordan bruken av frilansere har utviklet seg i de syv årene som er kartlagt. Rapporten tar også for seg antall oppdragsgivere, inkludert graden av avhengighet til enkeltkunder. I tillegg

³ [Høy trivsel-usikre kår Frilansundersøkelsen 2019 Fritt Ord.pdf](#)

⁴ <https://www.nj.no/nj-frilans/minstesatser-for-frilansere/>

vies det et eget kapittel til fotojournalistene, som skiller seg noe ut i omfang og andel frilansproduksjon.

1.2 Hva vet vi om norske mediefrilansere fra tidligere?

Det er gjort flere kvalitative og kvantitative studier av norske frilansere. I disse studiene tegnes det et bilde der frilanserne står i et spenn mellom autonomi, faglig frihet og fleksibilitet på den ene siden, og sårbarhet, usikkerhet og dårlige rammevilkår på den andre (Mathisen & Knudsen, 2023).

Autonomien gjør at mange frilansere trives svært godt i arbeidet sitt. Å kunne styre arbeidsdagen selv, være fleksible og kunne «jobbe når man vil» skårer høyt. Det samme gjør det å kunne jobbe med egne ideer, temaer eller fagfelt man er interessert i (Olsen, 2025). Frilanserne er gjennomgående høyt utdannet, noe som innebærer at mange har et faglig spesialfelt eller kunnskapsområde som de kan bygge journalistikken på. Autonomien og fagkunnskapen bidrar til at mange frilansere opplever en sterk identitet som journalist, og at de omfavner de profesjonelle og personlige mulighetene som frilanslivet gir. Denne måten å se frilanstilværelsen på, har blitt beskrevet som portefølje-modellen, der fleksibiliteten, fagligheten og det å utvikle seg gjennom egne valg, blir opplevd som positive sider ved et atypisk og fleksibelt løsarbeiderliv (Mathisen, 2016).

På den andre siden viser både norske og internasjonale studier at frilanstilværelsen preges av dårlige rammevilkår og stor grad av sårbarhet og usikkerhet (Mathisen & Knudsen, 2023; Rick, 2024; Rick & Hanitzsch, 2023; Cohen, 2016). Mange frilansere jobber deltid som journalister og tar andre typer oppdrag i tillegg for å tjene til livets opphold. Dette henger sammen med at mange opplever å få stadig dårligere betalt for oppdragene. NJs minstesatser blir i liten grad fulgt, og skjevheter i maktforhold mellom oppdragsgiver og oppdragstaker gjør at mange kvier seg for å stille krav av frykt for å miste oppdrag. Lite lønn bidrar til at man ikke har råd til sikkerhetsnett i form av pensjonsspareordninger, sykeforsikring eller oppsparte midler som inntektsbuffer. Som frilanser må du i stor grad være «på» hele tiden. Mange sliter med å skille jobb og fritid - og å få tatt ut ferie (Mathisen & Knudsen, 2025). Disse faktorene gjør at frilanstilværelsen også kan beskrives som prekær eller sårbar, i kontrast til den mer ideelle entreprenørskap-tilværelsen som kjennetegnes av autonomi, frihet og fleksibilitet.

Det er viktig å understreke at det er store individuelle forskjeller både i hvordan frilansere klarer seg økonomisk og hvordan de oppfatter sin egen livs- og arbeidssituasjon. Det er for eksempel store forskjeller i hvordan frilansere opplever egen sårbarhet og i betingelsene eller kriteriene de faktisk jobber under (Rick, 2024 s. 12). Et viktig skille går mellom de som frivillig og bevisst har valgt å være frilansere, og de som av ulike årsaker er blitt tvunget inn i frilanstilværelsen. Som nevnt innledningsvis, er arbeidsmarkedet for journalister i Norge kjennetegnet av en høy andel fast ansatte journalister sammenliknet med andre land (Norbäck, 2021). Det er også en høy organisasjonsgrad blant norske journalister. Den er anslagsvis over 90 prosent blant fast ansatte (Idås, 2025 s. 170). Når det gjelder antallet og organisasjonsgraden blant frilansjournalister, er det større usikkerhet. Det er naturlig å anta

at frilansere som har hovedinntekt fra annet arbeid og/eller ikke identifiserer seg som journalister, ikke er organisert i NJ Frilans. Hvor mange disse er, og omfanget av hva de leverer, er det ikke mulig å si noe sikkert om.

Norsk Journalistlag hadde i mai 2024 drøyt 8700 medlemmer, hvorav ca. 5800 var ansatte (fast eller midlertidig), ca. 800 var studentmedlemmer og omkring 1200 pensjonistmedlemmer. NJ har også en egen frilansorganisasjon, NJ Frilans, som hadde 570 medlemmer i denne tellingen.⁵ Det vil si at i underkant av 7 prosent av NJs samlede medlemsmasse er frilansere, og at de utgjør ca. 9 prosent av yrkesaktive norske journalister. Både Norge og resten av Norden har en lavere andel frilansjournalister enn andre land i Europa. I de andre nordiske landene ligger andelen av fagorganiserte frilansjournalister stabilt på mellom 12 og 20 prosent (Norbäck, 2023).

Gitt den gjennomgående høye organisasjonsgraden blant norske journalister, er det rimelig å anta at NJs medlemsregister representerer journalistene som står bak hovedtyngden av artiklene som blir publisert i redaktørstyrte norske medier, uavhengig av om opphavspersonen er ansatt, frilanser, pensjonist eller student. Andelen frilansmateriale som kommer fram gjennom analysene i denne undersøkelsen, vil da samsvare godt med de reelle andelen av redaksjonelt innhold fra de ulike medlemsgruppene.

En bekymring som trekkes fram i flere studier av frilansjournalister, er hvordan endrede arbeidsvilkår og rammevilkår påvirker måten journalistikken utføres på - og dermed kvaliteten (Mathisen & Knudsen, 2025). Dårligere rammebetingelser kan påvirke profesjonsforståelsen og normene som ligger til grunn for journalistikken. Hvis mye av innholdet produseres av frilansere som har dårlige økonomiske betingelser og derfor må produsere mye for å tjene til livets opphold, er det fare for at det oppstår en konflikt mellom kvantitet og kvalitet. Dårligere kvalitet vil påvirke i hvilken grad folk har tillit til mediene og vil bruke tid og penger på journalistikken, og vil undergrave medienes samfunnsrolle (Rick, 2024 s. 13).

Også i Norge har det vært mange og til dels opphetede diskusjoner om publikums tillit til redaktørstyrte medier, blant annet etter den såkalte Bar Vulkan-saken.⁶ Situasjonen for norske medier er som nevnt annerledes en for medier i mange sammenliknbare land, både når det gjelder andelen ansatte journalister, vilkår for frilansere og offentlige støtteordninger og rammevilkår for journalistisk produksjon. Men bemanningskutt, nedskjæringer, tidspress, dårlig lønnsutvikling og knallhard konkurranse om annonser og det betalende publikum, kan på sikt redusere kvaliteten og tilliten til mediene også her til lands. Hvem som utgjør den journalistiske profesjonen - og rammevilkårene de jobber under - har derfor stor betydning.

⁵ Tall fra offisiell telling, desember 2024. Gitt av NJs sekretariat juni 2025.

⁶ https://presse.no/wp-content/uploads/2019/11/Kildeutvalgets-rapport_291019-002.pdf

2. Metode

Denne rapporten bygger på kvantitative analyser av et stort antall artikler publisert i norske medier i perioden 2017-2023 (se pkt. 2.1.).

Kvantitativ metode er en tilnærming som bygger på systematisk innsamling av kvantitative data og analyser ved hjelp av statistiske verktøy (Østbye et. al., 2023). Dette gir oss muligheten til å tallfeste ulike sider ved frilansprodusert innhold, kvantifisere den relative andelen av frilansprodusert innhold og sammenlikne det med andelen som er blitt produsert av fast ansatte journalister i samme periode. I rapporten vil vi også utforske eventuelle mønstre eller trender knyttet til bruk av frilansstoff over tid.

For å analysere materialet har vi benyttet generativ kunstig intelligens (KI) til å maskinlese et datasett bestående av flere millioner artikler. KI-lesingen gjør det mulig å identifisere spesifikke tendenser og temaer på en måte som ville vært nær sagt umulig å gjennomføre manuelt. Generativ KI er dermed et godt verktøy for denne undersøkelsen, men den har også sine utfordringer.

Datakvaliteten er avhengig av mangfoldet og relevansen til treningssettet (materialet som er maskinlest). KI-modellen som har blitt brukt i denne undersøkelsen, er trent på en bred samling av norske mediekilder. Artiklene er tekstbasert innhold. Audiovisuelt materiale (lyd og video) er ikke med. Mediene som er med i utvalget, består av kringkasternes tekstbaserte innhold, riks- og regionaviser, mindre lokalmedier, magasiner og fagpresse. Det gjør at det er et naturlig godt distribuert datasett, som gjenspeiler utgivermønstre i tekstbaserte medier. Store redaksjoner produserer mange artikler, mens antallet artikler naturlig nok er lavere i små redaksjoner. Samtidig finnes det langt flere små redaksjoner (for eksempel lokalaviser og fagpresse), så summen av artikler i utvalget gir en bredde som ikke gir dominans til noen få medier eller medietyper.

Utgangspunktet for registrerte treff er om opphavspersonen til artikkelen er medlem av NJ (basert på NJs medlemsregister). Selv om denne tilnærmingen er begrensende ved at den utelukker ikke-medlemmer, er det etter vårt syn den eneste reelle metoden for å kunne identifisere sikre treff på frilansere og fast ansatte. Som nevnt er de aller fleste profesjonelle journalister medlem av NJ.

Selve datakjøringene er utført av Infomedia, som har kjørt spørringene i datamaterialet basert på en kodebok som er utarbeidet av prosjektgruppen for denne studien, bestående av medlemmer fra NJ, Fritt Ord og OsloMet (Vedlegg 1).

2.1 Omfang av materialet og metodisk tilnærming

Infomedia har fått tilgang til NJs fullstendige medlemslister. I disse listene er medlemmene kategorisert i medlemsgrupper; fast ansatte, frilansere, studenter og pensjonister. Det gjør det mulig å gjøre komparative analyser mellom medlemsgruppene.

For å sikre at innholdet som er med i analysen representerer redaksjonelt innhold, ble mediene som er omfattet av prosjektet avgrenset til redaktørstyrte medier som publiserer innenfor rammene av Vær Varsom-plakaten og Redaktørplakaten. Infomedia har hentet ut

alle lagrede artikler fra 369 kilder (altså medier) i tidsrommet 01.01.2017 til 01.07.2023. Til sammen er det snakk om i overkant av 18,5 millioner artikler som var blitt publisert i de 369 mediene (Vedlegg 2).

I dette datamaterialet var det 6 millioner artikler som hadde en eller flere forfattere som var medlem av NJ. Det er disse artiklene, med i overkant av 6 millioner treff på opphavspersoner (altså samsvar mellom byline og navn i NJs medlemsliste), som utgjør datamaterialet for denne undersøkelsen. Eksempler på artikler som ikke er med i undersøkelsen, er byråstoff (for eksempel fra NTB) der opphavsperson ikke er oppgitt. Også artikler som ikke er relevant for denne undersøkelsen, er utelatt, for eksempel leserinnlegg og kommentarstoff skrevet av ikke-journalister, usignerte ledere osv. Artikkelgrunnlaget i undersøkelsen omfatter innhold fra trykte medier, nett og magasiner. Blant kildene i den sistnevnte kategorien utgjør fagpresse den største andelen.

Som en del av de KI-genererte datakjøringene har Infomedia også kategorisert innholdet i artiklene i stoffområder.⁷ Hver artikkel er kategorisert til å ha innhold fra ett til tre stoffområder. Følgende stoffområder er kategorisert: a) sport, b) økonomi, næringsliv og finans, c) politikk, kultur og underholdning, d) vitenskap og teknologi, e) helse, f) kriminalitet, lov og rett, g) konflikter, krig og fred, h) utdanning, arbeid, i) miljø, j) religion og tro, k) vær, l) katastrofe, ulykke og nødhendelse, m) samfunn, n) priser, o) menneskelig interesse.

Denne KI-genererte tematiske inndelingen samsvarer ikke nødvendigvis med hvordan ulike medier tematiserer sitt stoff, men områdene gir en indikasjon på hvilke stoffområder frilansere hovedsakelig jobber innenfor.

I tillegg er det publiserte innholdet kategorisert i hvilke typer medium artikkelen er publisert i. Kategoriseringen er en grovkornet klassifisering av hvilke typer medier artiklene til den enkelte frilanser er publisert innenfor. Mediene er kategorisert i følgende typer: a) riksavis, b) regionavis, c) lokalavis, d) nettmagasin, e) nisjeavis, f) kringkasting (nett) og g) fagpresse.⁸

Det er verdt å merke seg at flere av årene som er undersøkt, ble påvirket av pandemien. I 2020 og 2021 ble den journalistiske produksjonen preget av hjemmekontor og nye redaksjonelle rutiner. Hvordan dette slo ut på omfanget av hva som ble publisert, og ulike redaksjoners bruk av frilansere og frilansmateriale, er ikke kartlagt i denne undersøkelsen. Som vi kommer tilbake til i diskusjonskapitlet, kan pandemien forklare noe av svingningen i materialet.

2.2. Statistiske analyser

Det er benyttet Python (versjon 3.11.9) med statistikkbibliotekene scipy (v 1.15.1), pingouin (v0.5.5) og scikit-learn (v1.6.1). Figurer er laget med seaborn (v0.13.2) og matplotlib (v

⁷ Temaene er generert av TextRazor ([TextRazor - The Natural Language Processing API](#)), som er en tjeneste for å kategorisere artikler. Den tematiske inndelingen er standardisert gjennom IPTC og er en anerkjent taksonomi for formålet ([Media Topics - IPTC](#)).

⁸ Se vedlegg 2: Oversikt over alle mediekildene i undersøkelsen innenfor de ulike medietypene.

3.10.0) Statistisk metode og resultat beskrives i teksten under hver figur hvor det er relevant, med p-verdi, test-verdi og effektstørrelse. Trendlinjer er generert med lineær regresjon og 95% konfidensintervall med bootstrap-metode. Sammenlikning mellom grupper, for eksempel frilansere og ansatte medlemmer (se definisjonen av ulike medlemskategorier s. 10), er utført med Welch's unequal variances t-test og Mann-Whitney U test avhengig av normalfordeling og gruppevarians. Effektstørrelse ble beregnet med Hedges' g. Signifikante resultater rapporteres som $p < 0.001$ med tilsvarende effektstørrelse.

2.3. Mulige feilkilder og utfordringer

Siden omfanget av datamaterialet er stort, med flere millioner treff i artikler - og siden funnene er KI-generert gjennom maskinlesning - har det vært endel utfordringer med analysen av datamaterialet.

Forskjeller i formater ut fra hvilke typer materiale dataene er hentet fra, og ulikheter i mulighetene for kvalitetssikring har gitt utfordringer. Klassifisering av opphavsperson og kategorisering av stoffområde har vært enklere for artikler fra papir og magasiner enn fra nettbaserte medier, der artiklene ofte inneholder mye informasjon som ikke er relatert for selve innholdet i artikkelen, som for eksempel nettsidefunksjonalitet og utseende. Manuelle stikkprøver viser at KI-modellen har registrert en del feil opphavsperson. Noen kilder i artikler er blitt tolket som forfattere fordi navnet også finnes i NJs medlemsregister. Vi har også sett tilfeller der fornavn og etternavn fra ulike personer er slått sammen til et medlemsnavn. I tillegg er det utfordrende å skille mellom tekst-byliné og foto-byliné. Dermed kan en artikkel bli registrert som frilansstoff fordi fotografen er medlem av NJ Frilans, selv om artikkelforfatteren er et fast ansatt NJ-medlem. Foto-byliné har gitt særlig store utslag: Ett bilde fra en frilansfotograf kan, hvis det brukes i mange medier, telle som mange separate frilanstreff i datamaterialet.

Disse metodeutfordringene har vist seg å være krevende å løse. Vi har derfor tatt noen valg for å få gjennomført analysen. Hovedproblemet har vært knyttet til foto-byliné/fotoreferanser. I hoveddelen av analysen har vi valgt å ikke ta med artikler med fotoreferanse. Disse artiklene er analysert og kjørt for seg selv og presentert i et eget kapittel (kap. 4). Av det samlede analyse materialet på 6 millioner artikler, er 4,16 millioner med i hoveddelen (uten foto-byliné), mens 1,8 millioner artikler inngår i analysen av artikler med foto-byliné.

Av de 4,16 millioner artiklene, anslår vi basert på stikkprøvene at det er feilregistrering av byliné i rundt 20 prosent av materialet. Det betyr at vi har en ganske høy feilmargen i det som presenteres i analysene. Konsekvensene av dette er grundig undersøkt gjennom egne analyser. Vi har ikke funnet indikatorer på at feilene i datamaterialet fører til systematiske skjevheter i svarene på spørsmålene i undersøkelsen (jf. beskrivelsene av statistiske analyser ovenfor). Årsaken til feilregistreringer er i hovedsak heterogenitet i byliné-formatering hos de forskjellige mediene (ulike formater er brukt). Ettersom det ikke er noen standardisert html-format på nettartikler eller plassering av byliné i papirutgaver, støtte Infomedias analysemodell på problemer med å hente ut nøyaktig byliné på en tilfeldig andel av artiklene. Dette artet seg som både falske negativer og falske positive.

For å undersøke effekten av å fjerne treff i foto-byline/ fotoreferansene, har vi analysert hvordan trendlinjene påvirkes av om fotografer er inkludert i datagrunnlaget eller ikke. Når vi ekskluderer fotografer, viser analysen en årlig nedgang på 0,05 prosent i bruken av frilansstoff, med et konfidensintervall fra -0,16 til -0,13 prosent. Når vi inkluderer fotografer, øker nedgangen til 0,35 prosent per år, med et konfidensintervall fra -0,372 til -0,328 prosent. Spennet er med andre ord noe større når fotografer er med, men forskjellen er mindre enn fryktet. Det at datagrunnlaget er svært omfattende - med flere millioner artikler og flere tusen journalister/opphavspersoner - reduserer effekten av tilfeldige feil og styrker påliteligheten i analysene.

Ytterligere et metodisk problem er knyttet til hvordan medlemskap er blitt registrert i Infomedias datasett. Den kategorien som oppgis for et medlem («medlemskategori») reflekterer ikke nødvendigvis den tilknytningsformen vedkommende hadde på tidspunktet artikkelen ble publisert (for eksempel fordi vedkommende har gått fra å være fast ansatt til frilanser). For å bøte på dette, har Infomedia laget en variabel kalt «kategori_ved_publicisering», basert på innmeldings- og utmeldingsdatoer. Våre analyser viser imidlertid at denne variabelen har betydelige mangler: Om lag 3 prosent av artiklene mangler kategori ved publicisering, og frilansartikler og studentartikler er overrepresentert i denne gruppen. Vi finner heller ikke spor av at medlemsendringer over tid er fanget opp systematisk. Selv om de fleste resultatene bare påvirkes i liten grad av dette, gir det utslag på enkelte trendanalyser, særlig på frilansandelen de siste årene som er kartlagt. Infomedias løsning har dermed ikke fullt ut løst problemet, og vi vurderer dette som en feilkilde i datamaterialet som kan ha betydning for tolkingen av utviklingstrekk.

Med denne framgangsmåten og disse metodiske utfordringene som bakteppe, går vi nå over til å se på funnene vi har gjort i materialet.

3. Analyse

I denne analysedelen vil vi systematisk gå igjennom funnene som er gjort i datamaterialet, basert på de hovedspørsmålene som rapporten stiller. Vi begynner med å se på noen bakgrunnsvariabler (demografi), deretter tar vi for oss omfang og produktivitet, før vi avslutter med å se på stoffområder og oppdragsgivere.

3.1. Bakgrunnsvariabler – hvem er frilanserne som publiserer?

Utgangspunktet for å identifisere opphavspersonene til artiklene er medlemskap i NJ. I analysene under dette punktet er alle medlemmer inkludert, også fotojournalistene. NJs klassifisering av en frilanser er at vedkommende er en selvstendig oppdragstaker som gjerne har flere oppdragsgivere og som utfører arbeidet fra eget kontor/ arbeidssted.⁹ Som regel fakturerer frilanseren sine kunder for leverte tjenester, mens det unntaksvis utbetales honorar som lønn. Samtidig er det mange som veksler mellom å være frilanser og midlertidig ansatt/ vikar. Den største juridiske forskjellen på de to tilknytningsformene er at midlertidig ansatte er omfattet av både arbeidsmiljøloven og ferieloven, samt tariffavtaler og lokale

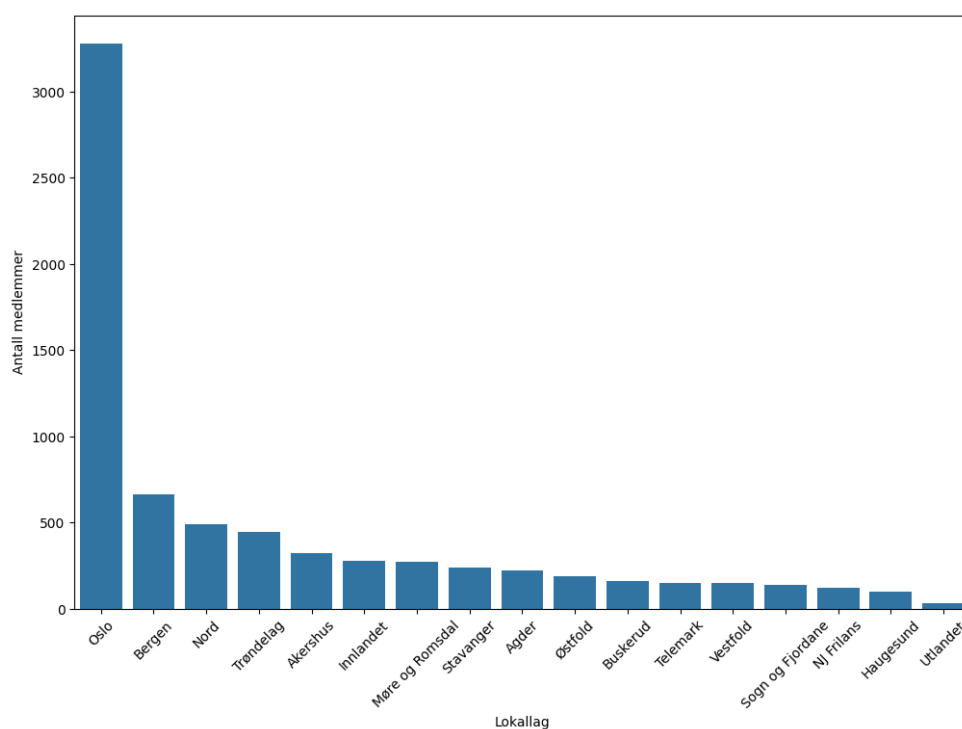
⁹ [Ansettelse - Norsk Journalistlag](#)

avtaler på arbeidsplassen. Frilansere derimot, må selv lage avtaler som regulerer hvilke rettigheter og forpliktelser som skal gjelde i forholdet til oppdragsgiver.¹⁰

Den største medlemsgruppa i NJ er ordinære medlemmer. Denne gruppa omfatter alle redaksjonelle medarbeidere, som fast ansatte, midlertidige ansatte, vikarer og ledere. Videre i rapporten vil vi bruke begrepet ordinære medlemmer om denne gruppa, men det er viktig å presisere at vi da i all hovedsak snakker om ansatte journalister i redaksjonene. Dette betyr også at noen av medlemmene i NJ Frilans i perioder har tilknytningsformer til redaksjoner som kvalifiserer til ordinært medlemskap (for eksempel hvis de får et seks måneders vikariat). I tillegg har NJ studentmedlemskap som er åpent for alle studenter som har som mål å jobbe redaksjonelt, samt medlemskap for sykmeldte, medlemmer på arbeidsavklaringspenger og pensjonister.

For å kunne si noe om hvem medlemmene i vårt materiale er - altså NJ-medlemmene vi har fått treff på - og hva som kjennetegner dem, har vi sett på alder, kjønn og hvor de hører hjemme i landet.

Figur 1: Antall medlemmer per lokallag



Figurforklaring: Viser totalt antall medlemmer per lokallag i datagrunnlaget. Plottet viser kun det siste registrerte lokallaget per medlem.

Norsk Journalistlag har 15 lokallag som dekker hele landet. Ser vi på den geografiske fordelingen av norske journalister, er det lokallagene i de store byene som dominerer, sammen med lokallag som dekker store geografiske områder. NJ i Oslo er det klart største lokallaget, med i overkant av 3300 medlemmer som har levert materiale i perioden undersøkelsen dekker (2017–2023). Oslo er mer enn fire ganger så stort som neste lokallag

¹⁰ [Ansettelse - Norsk Journalistlag \(nj.no\)](https://www.nj.no/ansettelse)

på lista, som er Bergen, med rundt 650 medlemmer. Deretter følger Nord (ca. 500 medlemmer), Trøndelag og Akershus, begge med rundt 450 medlemmer hver. På nivået under finner vi Innlandet, Møre og Romsdal og Stavanger, alle med i underkant av 300 medlemmer. Agder og Østfold har mellom 200 og 250 medlemmer, mens Buskerud, Telemark og Vestfold ligger på rundt 150–180 medlemmer. Mindre lokallag som Sogn og Fjordane, Haugesund og NJ Frilans har mellom 100 og 150 medlemmer hver, mens det i materialet også fremkommer en liten gruppe medlemmer som står oppført uten tilknytting til noe lokallag.

Frilansere er i utgangspunktet medlemmer både i NJ Frilans og i det lokallaget der de bor. Det gjør at vi ikke kan skille ut frilansere fra andre medlemmer av NJ når det gjelder hvor i landet de hører hjemme. Tidligere undersøkelser viser at det er en sammenheng mellom hvor de fleste oppdragsgiverne befinner seg, og hvor frilansere hovedsakelig bor (Knudsen & Mathisen, 2019). Majoriteten av frilansere bor på Østlandet (over 60 prosent), mens den nest største konsentrasjonen er på Vestlandet, inkludert Bergen (ca. 15 prosent) (ibid., s. 24). Dette samsvarer godt med de to største lokallagene i denne undersøkelsen.

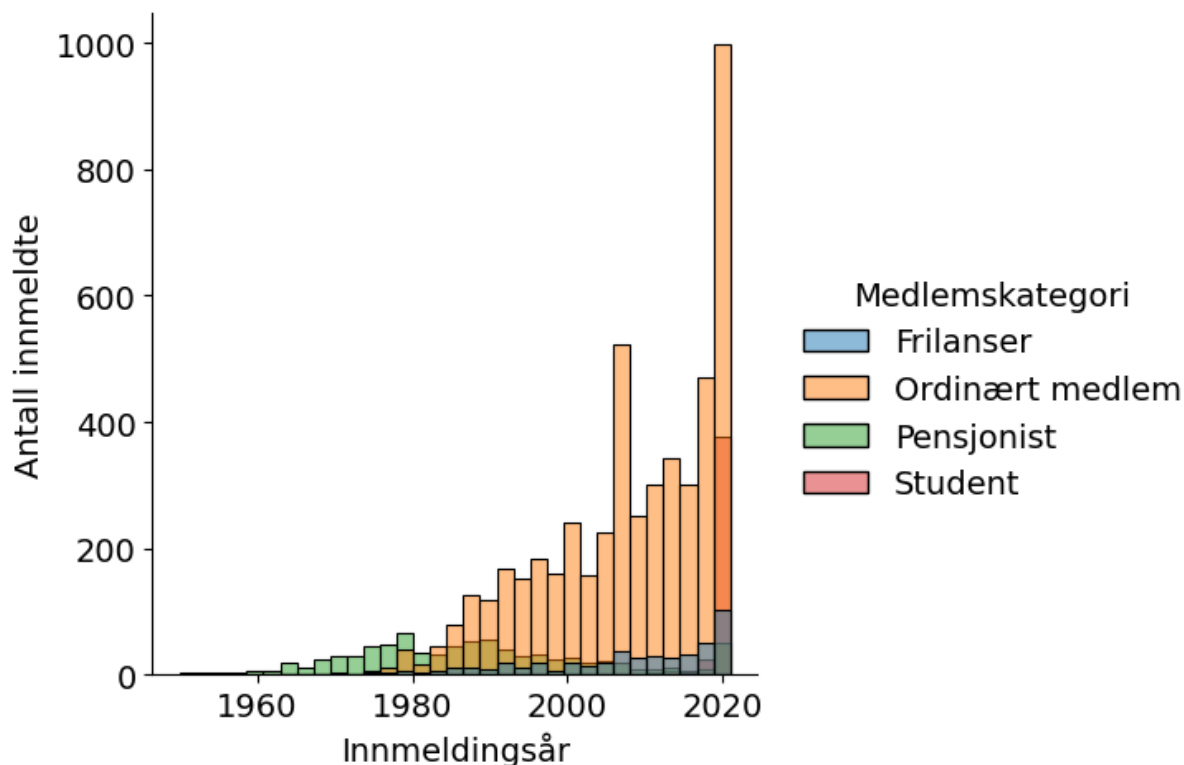
I vårt materiale er det også en liten andel av frilansere som ikke er tilknyttet noe lokallag. En mulig årsak til dette er at de leverer til medier som ikke er definert geografisk, eller at det journalistiske arbeidet de utfører, ikke har lokal tilknytning.

Når vi ser på alderssammensetningen i denne undersøkelsen, har vi ikke data for fødselsår, men vi har data for når medlemmet meldte seg inn i NJ. I figur 2 (nedenfor) har vi tatt med alle medlemskategoriene – ordinære medlemmer, frilansere, pensjonister og studenter – og sammenliknet disse. Av medlemmer i NJ som produserte journalistikk i tidsrommet for undersøkelsen, ser vi at det er en liten andel som har vært med i NJ siden 1950- og 60-tallet.

De tidligst innmeldte frilanserne i vårt materiale dukket opp i NJ fra begynnelsen av 1970-tallet. I datamaterialet er det en ikke ubetydelig andel medlemmer som begynte sin karriere fra midten av '70-tallet og opp gjennom '80-tallet. Svingningene i innmeldte medlemmer, og dermed ansettelsesmønsteret i den norske mediebransjen, følger i stor grad utviklingen i medieøkonomien. Mens det er en relativt jevn økning i antall innmeldte fra '60-tallet og utover, kommer en brå topp i 1997–1998 med et tilsvarende fall rett etter. På begynnelsen av 2000-tallet kommer det få nye medlemmer til NJ, før det tar seg kraftig opp igjen rundt 2005. Deretter kommer det en ny dupp rundt 2009 som sammenfaller med finanskrisen og turbulente økonomiske tider i mediebransjen. I 2019 ser vi en voldsom økning i antall medlemmer som en følge av oppbemanning etter nedgangen i medlemmer fra rundt 2010. I perioden 2019–2021 får NJ nesten 1200 nye medlemmer, før det bråstopper høsten 2022 og en ny nedgangstid slår inn.

Hovedtyngden av nåværende aktive medlemmer har vært med siden slutten av 1990-tallet.

Figur 2: Hvilket år medlemmene i datamaterialet meldte seg inn i NJ, splittet på medlemskategori på undersøkelsestidspunktet.



Figurforklaring: Viser antall medlemmer innmeldt hvilket år for medlemskategoriene ordinær, frilanser, pensjonist og student. Hver søyle tilsvarer 2 år.

Det er viktig å understreke at kategoriseringen i figuren viser medlemsstatus slik den er registrert i dag, og ikke hvilken status medlemmene hadde da de meldte seg inn. For eksempel vil et medlem som meldte seg inn som ordinært medlem på 1970-tallet, men senere har gått av med pensjon, være registrert som pensjonist.

Når vi ser på utviklingen fordelt på medlemskategorier, er det tydelig at pensjonist- og student-medlemmene utgjør viktige deler av bildet. Pensjonistkategorien vokser jevnt fra 1970-tallet, mens studentmedlemskapene først blir synlige i materialet fra 1990-tallet - og særlig øker de siste 15–20 årene. Dette gjenspeiler at en stadig større andel av de som ønsker å bli journalist, tar journalistutdanning, og at NJ arbeider aktivt for å rekruttere disse som studentmedlemmer.

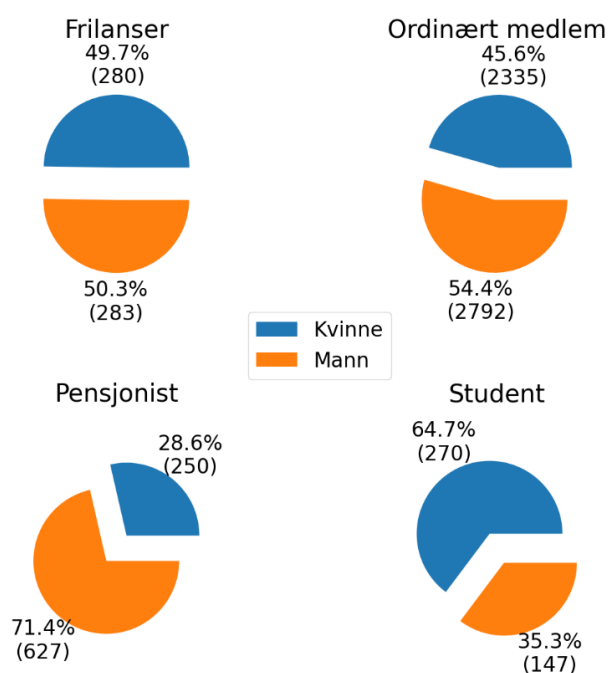
Undersøkelsen viser at det er en godt voksen journalistpopulasjon vi har med å gjøre i redaksjonene. Dette kan ses i sammenheng med at ansiennitet har vært et sentralt kriterium i nedbemanningene som har vært i redaksjonene – de uten fast ansettelse og med kortest fartidstid er de som har mistet jobben først. I tillegg spiller det inn at dagens journalister har lang utdanning, og at yrkeskarrieren for mange ikke starter før i slutten av 20-årene (Mathisen & Knudsen, 2025).

Medlemmene i vårt materiale bor altså i all hovedsak i store byer eller tettsteder, og har i gjennomsnitt relativt lang erfaring som journalister. Når det gjelder kjønnsfordelingen, har vi både sett på hvordan den er mellom treffene på byline, og på kjønnsfordelingen i selve

produksjonen av materialet (altså fordelingen på kjønn opp mot de artiklene som er med i materialet). I denne sammenhengen er det verdt å nevne at materialet som inngår i undersøkelsen, ikke omfatter lyd og video, og dermed ikke kan svare på kjønnsfordelingen som finnes i den samlede journalistiske produksjonen i tidsperioden som er undersøkt.

I resultatene som presenteres nedenfor, er artikler med fotoreferanse/ foto-bylne tatt ut (se metoddelen for nærmere beskrivelse av dette). Resultatene for fotojournalister kommer vi tilbake til i kapittel 4.

Figur 3: Kjønnsfordeling på medlemmer i datamaterialet

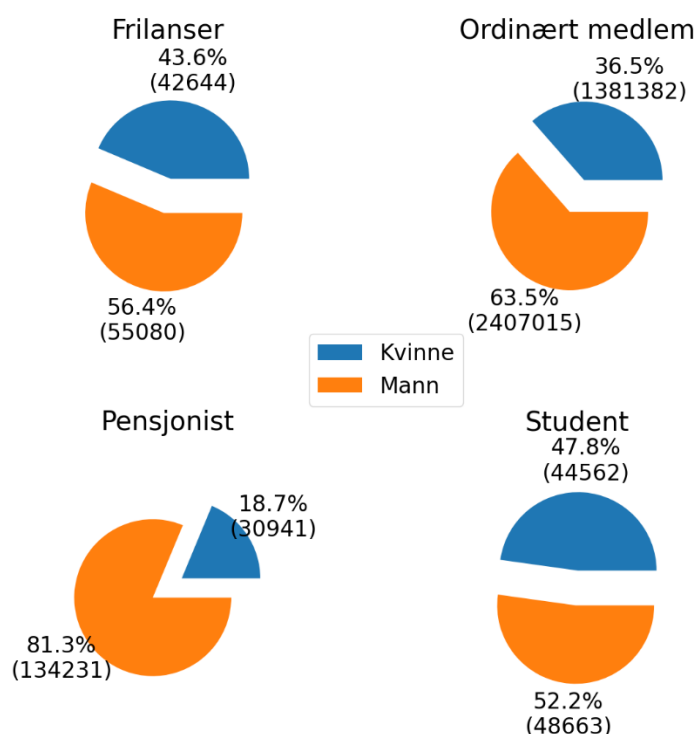


Figurforklaring: Viser prosentandel per kjønn i treff på navn hos frilansere, ordinære og studenter.

Figur 3 viser kjønnsfordelingen mellom treff på navn for medlemskategoriene frilanser, ordinært medlem og student. Disse samsvarer relativt godt med kjønnsfordelingen som er registret i NJs medlemsregister, som er ganske jevn (54 prosent menn og 46 prosent kvinner). Skillet kommer ved pensjonistmedlemmer og studentmedlemmer, der pensjonistene har en tydelig overvekt av menn, og studentene en tydelig overvekt av kvinner. Det gjenspeiler utviklingen i rekrutteringen til journalistyrket, som har gått fra å være svært mannsdominert, til at kvinner nå utgjør majoriteten av studentene på de fleste journalistutdanningene.¹¹

¹¹ [Medier24: Fortsatt flest kvinner som vil studere journalistikk: – Bør være åpent for andre løsninger som kan skape mer balanse](#)

Figur 4. Kjønnssfordeling i bylinene på artiklene i datamaterialet per medlemsgruppe



Figurforklaring: Viser prosentandel per kjønn i treff på navn hos frilansere, ordinære og studenter, og prosentandel av artikler skrevet per kjønn hos frilansere, ordinære og studenter.

Figur 4 viser kjønnssfordelingen for frilansere, ordinære medlemmer, pensjonister og studentmedlemmer på antall artikler i datamaterialet. Det er en overvekt av materiale produsert av menn i alle medlemskategoriene unntatt studentmedlemmene. 58 prosent av frilansmaterialet er produsert av menn, mens det samme gjelder for 64 prosent av materialet produsert av ordinære medlemmer. Blant pensjonister står menn bak hele 81 prosent av materialet, mens hos studentene er det en liten overvekt av kvinner: 53 prosent. At andelen av publisert materiale er såpass dominert av menn, kan ha flere forklaringer.

En forklaring kan være at dette har en sammenheng med alderssammensetningen blant medlemmene i undersøkelsen. Blant de eldste og mest etablerte journalistene er det mange menn. Det er en godt voksen journaliststand i vårt materiale, og menn har historisk sett vært i flertall i yrket.

Forskjellen i produsert materiale kan også forklares med at det er flere kvinner enn menn som jobber deltid i journalistikken som i samfunnet ellers.¹² Kvinner tar fortsatt på seg flere omsorgsoppgaver enn menn, og har dermed oftere permisjon eller jobber redusert. Det er også høyere sykefravær blant kvinner.¹³ Dette kan også ha en påvirkning på produksjonen av artikler.

En delforklaring kan også være forskjellen i stoffområder menn og kvinner jobber med. Tradisjonelt har både nyhetsavdelingene og sportsredaksjonene vært dominert av menn.

¹² [Deltidsjobber utgjør nesten en tredel av alle jobber – SSB](#)

¹³ [Liten nedgang i sykefraværet – SSB](#)

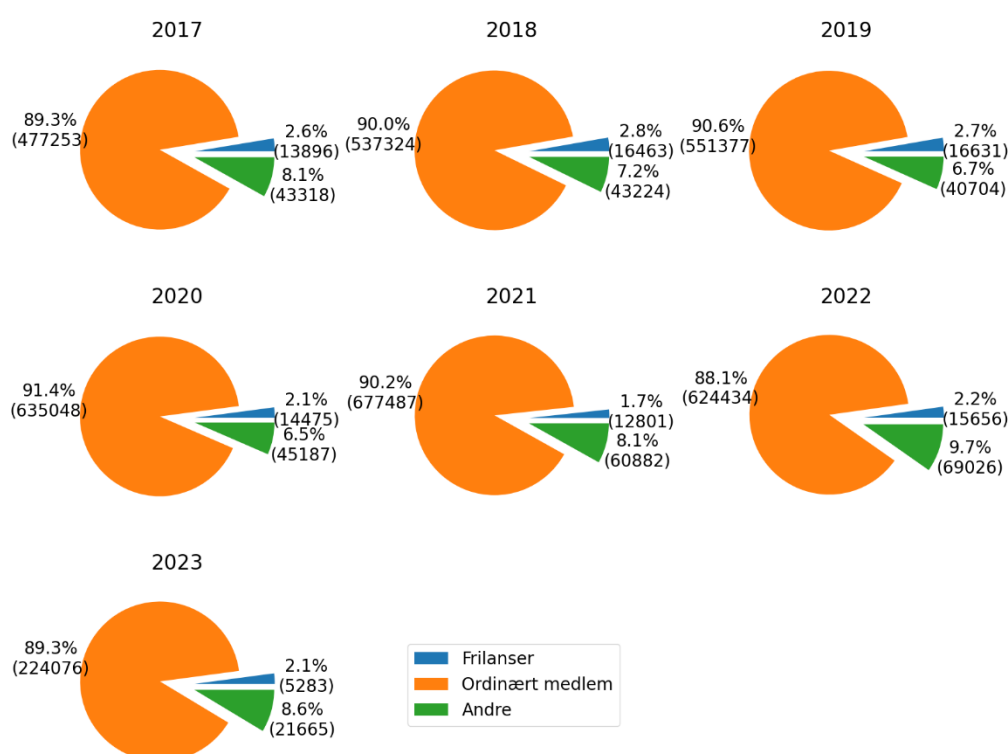
Dette er to stoffområder der det produseres mange saker og det publiseres hyppig. Kvinner har tradisjonelt vært sterkere representert i stoffkategorier der publiseringsraten ikke er like høy. Det er ikke mulig ut fra vårt datamateriale å slå fast om dette er med på å forklare hvorfor menn står for en så høy andel av det som er blitt publisert.

Det er også verdt å merke seg at det er en endring på gang når det gjelder mønsteret i kjønn og publisering. Ser vi på studentmedlemmene, er det en liten overvekt av kvinner som har publisert artikler i denne undersøkelsen. Dette samsvarer med en sterkere søking av kvinner til journalistutdanningene. På OsloMet, som har landets største journalistutdanning, har det de siste årene vært en kvinneandel på 70-80 prosent blant studentene. Det preger nyrekrutteringen til yrket, så det er sannsynlig at kvinneandelen vil øke i årene framover.¹⁴

3.2. Omfang og produktivitet

Ett av de viktigste spørsmålene i denne rapporten, knytter seg til hvor mye av det redaksjonelle innholdet i redaktørstyrte medier frilansere produserer. Dette forteller noe om hvor stor betydningen frilanserne har for den totale innholdsproduksjonen i norske medier.

Figur 5: Prosentandel (og antall) publiseringer frilansere per år



Figurforklaring: Kakediagrammene viser prosentandel (og antall) av det totale antallet artikler som er skrevet av frilansere per år.

For å besvare dette spørsmålet, begynner vi med å se på fordelingen mellom ulike medlemsgrupper i årsintervaller fra 2017 til 2023. Et hovedfunn er at det gjennom denne perioden ikke er nevneverdige endringer i sammensetningen av hvem som produserer

¹⁴ [Ny analyse: Kvinner i overfall blant de yngste journalistene](#)

journalistikken. Ordinære medlemmer har gjennom hele perioden stått for mellom 88 og 91 prosent av den totale produksjonen, frilansere mellom 2 og 3 prosent, mens andre medlemsgrupper (studenter, pensjonister osv.) står for mellom 6 og 10 prosent. Fast ansatte journalister er med andre ord den totalt dominerende gruppa når det kommer til journalistikken som er publisert i norske medier. Det kan tyde på at den norske arbeidslivsmodellen, med faste stillinger som en norm, fortsatt i aller høyeste grad gjelder for den journalistiske profesjonen i Norge.

Førsteintrykket er dermed at påstander om at journalistikken går i retning av mer løsarbeid og atypiske arbeidsformer (altså mer frilansing), ikke stemmer her i Norge når vi ser på hvem som faktisk produserer journalistikken blant NJs medlemsgrupper. En annen ting å merke seg er at andre medlemsgrupper som pensjonister og studenter, samlet sett står for en vesentlig større andel av det som er publisert, enn frilansmedlemmene. Ser vi nærmere på tallene, finner vi at pensjonistmedlemmer i hele perioden bidrar med mellom 3,5 og 6,5 prosent av materialet, mens studentmedlemmer ligger stabilt på rundt 1,1 til 1,5 prosent. Medlemmene av NJ Frilans står til sammenlikning for 2,8-2,1 prosent av det som er publisert, med en fallende tendens gjennom syvårsperioden. Dette betyr at studentene jevnt over publiserer i nesten like stort omfang som frilanserne, og at pensjonistmedlemmer publiserer betydelig mer enn begge disse gruppene.

At studenter publiserer såpass mye, kan ses i lys av praksisordninger og sommervikariater, som gir både muligheter til å jobbe seg inn i redaksjoner og verdifull arbeidserfaring. På den måten fungerer studentmedlemmene som en naturlig del av rekrutteringen til yrket. At pensjonistmedlemmer produserer mer enn frilansere kan derimot være mer problematisk. Pensjonistmedlemmene skulle i utgangspunktet vært ute av arbeidslivet, men tallene tyder på at de fortsatt brukes aktivt av redaksjonene. Dette kan ses i sammenheng med at et stort antall fullt arbeidsføre journalister er blitt førtidspensjonert i løpet av de senere årene, og at pensjonistene blir sett på som en billig og fleksibel ressurs, som i noen tilfeller kan erstatte frilansere, men dette er ikke undersøkt i dette prosjektet. Utviklingen kan bidra til å undergrave frilansmarkedet ved at oppdrag som kunne gått til frilansjournalister, i stedet utføres av tidligere ansatte som mottar pensjon og derfor kan ta mindre betalt for oppdrag, eller gjøre arbeidet mer som en hobby.

Dette kan peke på et paradoks., Mens diskusjonen handler om frilansjournalistenes betydning, viser tallene at studentmedlemmer og pensjonistmedlemmer – altså grupper som egentlig står på vei inn i eller er ute av arbeidslivet – leverer en større del av produksjonen enn frilanserne. Dette utfordrer både forestillingen om at det er frilanserne som i første rekke representerer de «atypiske» arbeidsformene i journalistikken, og at det er andre medlemsgrupper i NJ – som verken er ansatte eller frilansere – som står for en ikke ubetydelig del av produksjonen.

Når det gjelder frilansere, utgjør de som tidligere nevnt rundt 9 prosent av medlemmene i NJ, men de står altså for 2 til 3 prosent av innholdsproduksjonen i disse årene. Ved første øyekast ser det derfor ut som frilansere produserer vesentlig mindre enn det andelen frilansmedlemmer i NJ skulle tilsi. Det er flere faktorer som er med på å forklare dette. Vi vet at en god del av frilanserne ikke jobber fulltid som journalister, noe som påvirker

produktiviteten. Samlet sett betyr dette at frilanserne utgjør langt færre årsverk enn medlemstallet alene skulle tilsi. I arbeidskårsundersøkelsene fra 2019 og 2024 finner vi at andelen frilansere som jobber tilnærmet fulltid, utgjør i underkant av halvparten av frilansmedlemmene, mens cirka. 30 prosent ligger i et mellomstilt (deltidsfrilansere). En firedel jobber fra 0-40 prosent og har dermed en løs tilknytting til frilansrollen (Knudsen & Mathisen, 2025 s. 34). Vi antar også at mange frilansere jobber med litt mer omfattende prosjekter, som gjør at de ikke publiserer like hyppig som de fast ansatte. I tillegg må frilansere bruke tid på å skaffe oppdragsgivere, og de opplever perioder med ustabil tilgang på oppdrag (Knudsen, 2025). Dette betyr at frilansere som regel er nødt til å ha en viss mengde «uproduktiv» tid for å sikre rammevilkårene for driften sin. NJ Frilans har anslått at frilansere bruker opp mot 40 prosent av tiden sin på det de kaller «ikke-fakturerbart» arbeid (Eide & Hasvik, 2024). Når vi ser på produktivitet per medlem, forklarer dette også hvorfor frilanserne har publisert rundt 41 artikler i tidsperioden vi ser på, mens ansatte medlemmer står for 208 – nesten fem ganger så mange. At frilansartiklene i tillegg i snitt er rundt 25 prosent lengre enn ansatte kollegers, bidrar til å nyansere dette bildet noe.

Ser vi på frilansernes produksjon over tid, ser vi noen svingninger. I 2017 utgjorde frilansernes andel av artiklene som ble publisert 2,6 prosent, i 2018 2,8 prosent og i 2019 2,7 prosent. I 2020 faller andelen til 2,1 prosent, før den synker videre til 1,7 prosent i 2021. Deretter øker den noe igjen til 2,2 prosent i 2022 og 2,1 prosent i 2023. Selv om dette er små tall, og de går litt opp og ned, beskriver de en lav, men relativt stabil andel frilansstoff i norske redaktørstyrte medier.

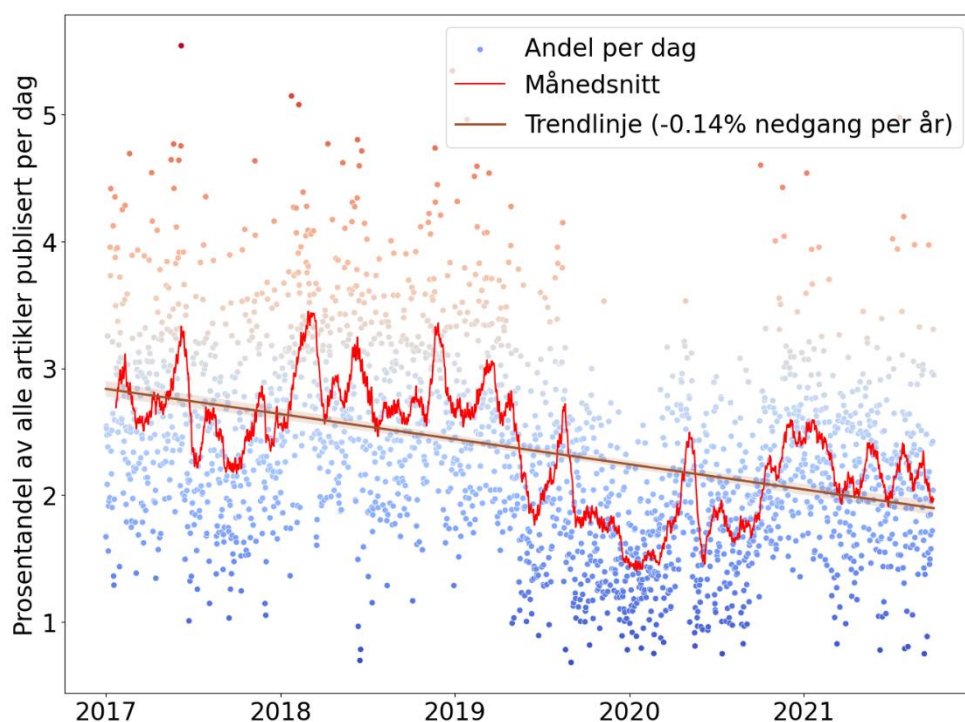
Den nedadgående trenden kan ha ulike forklaringer. Fra 2021 var det flere medier som begynte å ansette journalister igjen etter mange år med nedskjæringer og ansettelsesstopp (se også figur 2). Det er naturlig å tro at en god del av de som fikk fast jobb, ble rekruttert fra frilansernes rekke. Samtidig kan ansettelsene ha påvirket behovet for frilansstoff i redaksjonene.

I tillegg kan Covid 19-pandemien fra våren 2020 og et par år framover ha påvirket medieøkonomien, og dermed frilansbudsjetter og etterspørsel etter frilansstoff. Fagbladet Journalisten meldte høsten 2023 om tøffe tider for frilansjournalister.¹⁵ Det ble rapportert om færre oppdrag, innkjøpsstopp, usikkerhet rundt budsjetter og underbetaling. Et påfallende trekk ved denne og likende saker, er at frilanserne som er intervjuet, ikke tar sjansen på å stå fram med navn i artikkelen. Forklaringen som gis av en av kildene, er at mange frilansere opplever at redaksjonene sitter med all makt, og at det er liten plass til å si fra om dårlige vilkår. Frykten er at dersom man fremstår som «problematiske», står det alltid andre frilansere klare til å ta oppdragene.

Når prosentandelen frilansstoff ligger på mellom 2 og 3 i perioden som helhet, er det interessant å se nærmere på svingninger i bruken av dette stoffet gjennom de seks årene undersøkelsen dekker.

¹⁵ [Frilansere forteller om tøffe tider: – Denne høsten har vært ekstrem](#)

Figur 6: Prosentandel artikler produsert av frilansere, med månedssnitt



Figurforklaring: Viser andel av den totale artikkelproduksjonen per dag som skrives av frilansere. Markører viser prosentandel per dag. Rød linje viser samme data som snitt i løpet av en måned. Brun trendlinje viser endring i andel over tid med stigningstall i parentes.

Figur 6 viser svingninger i andelen av det totale publiserte materialet som er produsert av frilansere. Samlet for hele perioden står frilansere bak 2 til 3 prosent av artiklene som er publisert. Det er store variasjoner i hvor stor andel frilansstoffet utgjør, med tydelige toppe i flere av årene. Gjennomgående er det en kraftig topp midt i året, som sammenfaller med sommerferien. I 2017 og 2018 økte andelen frilansstoff til rundt 6-7 prosent i sommermånedene. Selv om toppene fortsetter i årene etter 2018, blir nivået gradvis lavere.

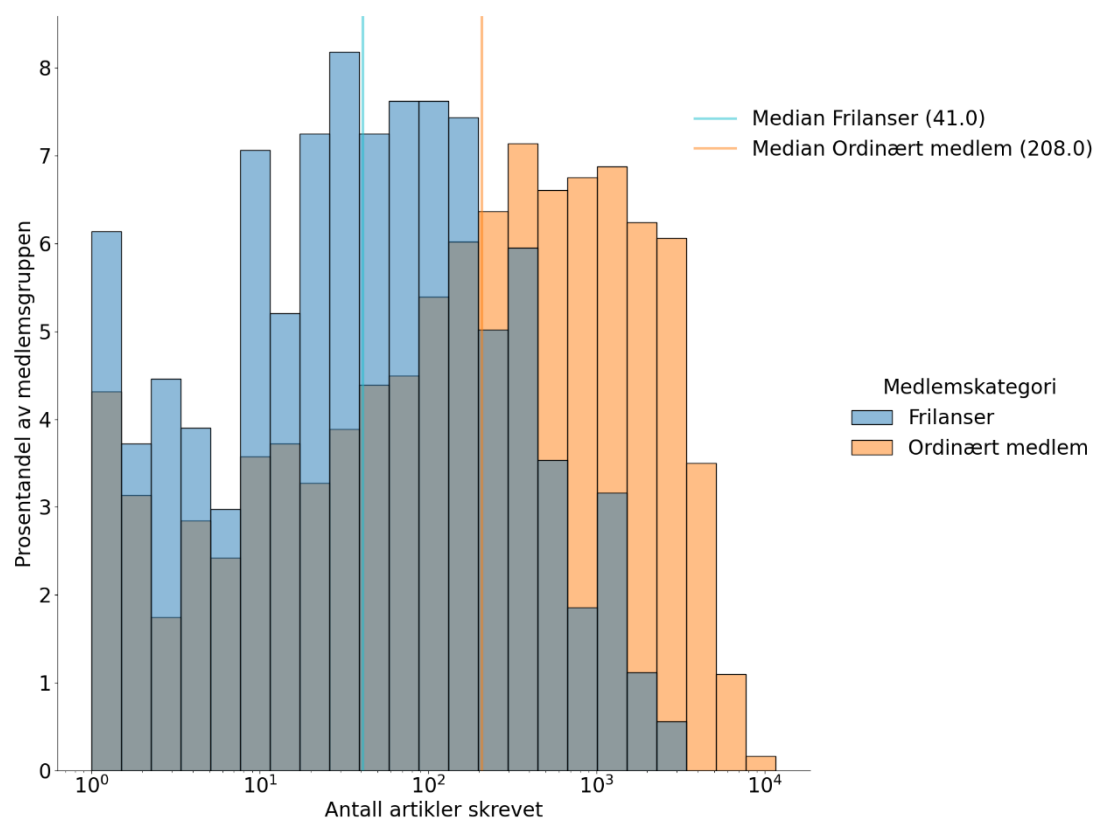
Det er også et tydelig fall i frilansbruken i første halvår 2020, da pandemien slo inn. For en kort periode ser vi en markant nedgang, noe som kan forklares med at situasjonen var uoversiktlig, og at redaksjonene hadde nok med å finne rutiner for egne ansatte. I tillegg var samfunnet nedstengt i storbyene - så man kom seg ikke ut på oppdrag. Frilansbruken tok seg raskt opp igjen, og andelen økte etter sommeren 2020, da det var en pause i nedstengningen. Dette ble den siste tydelige toppen i vårt materiale.

Etter dette ser vi et klart utviklingstrekk: Svingningene i andelen frilansstoff blir mindre, samtidig som gjennomsnittsnivået går noe ned. Når vi legger en trendlinje gjennom hele perioden, ser vi en svak nedgang i frilansandelen – beregnet til 0,14 prosentpoeng per år. Endringen er signifikant.¹⁶ Som vi så i figur 5, lå frilansbruken i starten av perioden (2017) på 2,6 prosent av antallet publiserte artikler i norske medier, mens den var 2,1 prosent i 2023.

¹⁶ Med «signifikant» menes at forskjellen er statistisk pålitelig, altså at det er svært lite sannsynlig at endringen skyldes tilfeldigheter i datamaterialet. I dette tilfellet: $r^2 = -0.5935$, $p < 0.001$

Det er også interessant å se på hvor mange artikler medlemmene i vårt materiale har fått publisert.

Figur 7: Antall artikler



Figurforklaring: Viser antall artikler skrevet av frilansere og ordinære medlemmer som distribusjon på logaritmisk skala. Høyden på en søyle representerer prosentandel av medlemmer som totalt har skrevet så mange artikler som vises på x-aksen. En logaritmisk skala er brukt fordi det er et stort spenn i verdier. 10^1 , 10^2 , 10^3 og 10^4 tilsvarer 10, 100, 1000, 10000 publiserte artikler i perioden 2017-2023. Medianen for frilansere (blå stripe) er 44 artikler og for ordinære (oransje stripe) 201 artikler skrevet.

Vi har beregnet en median for de to gruppene. Median vil si den midterste verdien i et datasett når verdiene er ordnet i stigende rekkefølge. Dette målet brukes ofte for å beskrive sentraltendensen i et datasett, spesielt når datasettet inneholder ekstreme verdier (outliers). Det store spennet i verdier kan påvirke gjennomsnittet (aritmetisk middelverdi). For frilansere er medianen 41 publiserte artikler, mens den er 208 artikler for ordinære medlemmer. Forskjellen er signifikant.¹⁷

Ordinære medlemmer har altså fått publisert nesten fem ganger så mange artikler som frilansere i perioden som er undersøkt. En forklaring på dette kan ligge i forskjeller i arbeidsform, som nevnt tidligere jobber mange ikke fulltid som frilansjournalister. Andre forklaringer er stoffområder og typer artikler som er blitt publisert. Frilansere har mange forpliktelser og krav rundt selve produksjonen av journalistikk. De må bruke tid på å skaffe

¹⁷ Welch's t-test og Mann-Whitney U, $p < 0.001$. Middels negativ effektstørrelse på -0.50).

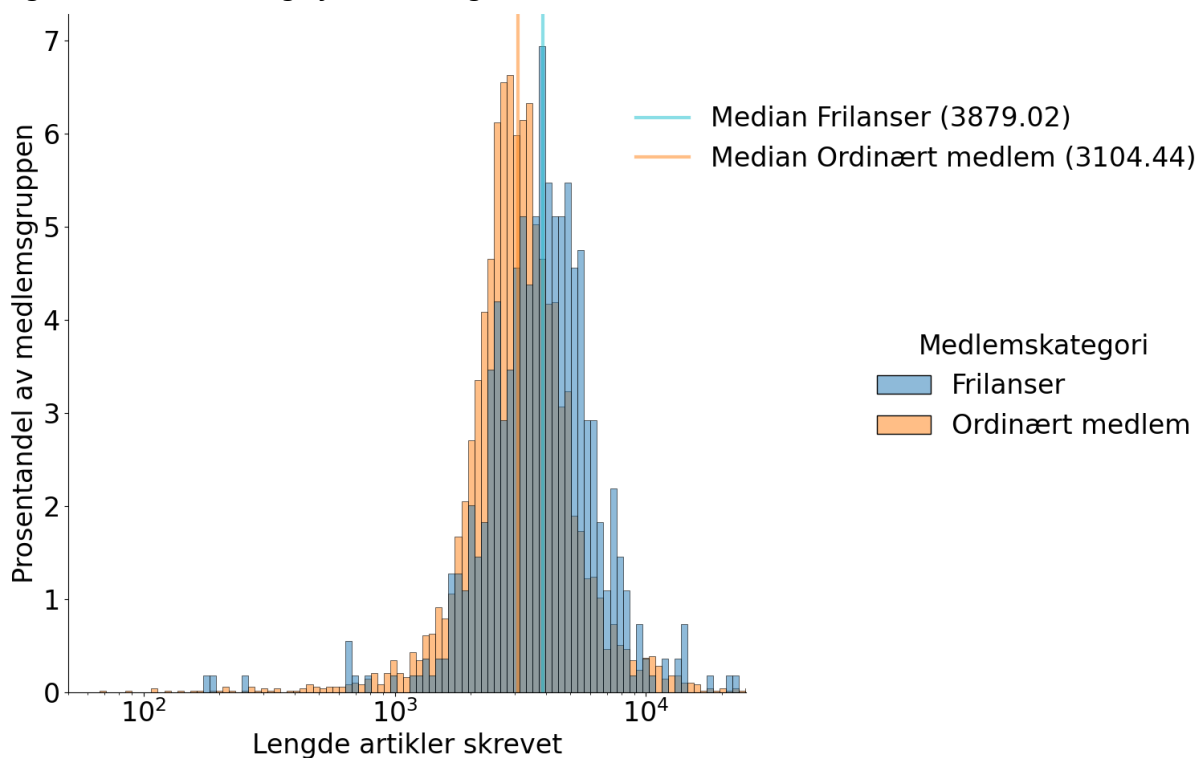
oppdrag og pleie kontakt med oppdragsgivere. I perioder kan de også oppleve at det er oppdragstørke. Undersøkelsen viser også at frilansere jobber på litt andre og lengre formater enn ansatte journalister, for eksempel med magasin- eller feature-stoff. Artiklene de har fått publisert, har som følge av dette et helt annet volum enn artiklene til for eksempel en kollega som er ansatt i nyhetsavdelingen til et stort mediehus (se nedenfor).

En ansatt i fulltidsstilling vil kunne bruke mye av arbeidstiden på å produsere saker i et miljø som er rigget inn mot en mest mulig effektiv produksjon. Den løpende nyhetsdekningen i dagens nyhetsredaksjoner med mange flater og formater å fylle, gjør at det forventes at journalistene skriver/ publiserer mye i løpet av en arbeidsdag.

3.3. Lengde og omfang på materialet frilanserne leverer

Gjennom å måle lengden på artikler (antall tegn), kan vi se om frilanserne produserer lengre eller kortere saker enn fast ansatte journalister, både innenfor stoffområder og medietyper. Dette forteller samtidig noe om hva slags formater frilanserne i hovedsak jobber med.

Figur 8: Snitt antall tegn frilansere og ordinære medlemmer



Figurforklaring: Viser antall tegn per artikkel i snitt skrevet av frilansere og ordinære medlemmer som distribusjon. Høyden på en søyle representerer prosentandel av medlemmer som i snitt har så mange tegn per artikkel som vises på x-aksen. Merk logaritmisk skala pga. det store spennet i verdier. 10^1 , 10^2 , 10^3 og 10^4 tilsvarer dermed 10, 100, 1000, 10000. Medianen for frilansere (blå stripe) er 3879 tegn og for ordinære (oransje stripe) 3104 tegn per artikkel i snitt

Vi vet at frilansere ofte jobber med andre formater enn den typiske nyhetsartikkelen (Knudsen & Mathisen, 2025 s. 32). Mange frilansere leverer til fagpresse og magasiner, der sakene ofte er lengre og i større grad har preg av reportasje, portrett eller andre lengre formater. Men vi finner også at typiske nyhetsmedier som nasjonale aviser (riksaviser) også bruker en viss andel frilansstoff (se også figur 11).

På nett vil lengden på nyhetssaker variere mye, men en typisk artikkel vil gjerne ha en lengde på mellom 2000 og 4000 tegn. Større saker i reportasjeformat kan være fra 5000 tegn og oppover. I figur 8 har vi sett på antall tegn per artikkel. Høyden på en søyle representerer prosentandelen medlemmer som i snitt har så mange tegn per artikkel som vises på x-aksen. Snittlengden med høyest prosentandel ligger på rundt 3000 tegn, nærmere 12 prosent av medlemmene har dette som gjennomsnittslengde på sine saker. Det er relativt mange medlemmer som har en snittlengde mellom 2000 og 3000 tegn, og i denne gruppa er ordinære medlemmer de dominerende.

Samtidig ser vi at blant de som skriver fra i underkant av 6000 tegn og opp mot 8000 tegn, er det frilanserne som dominerer, selv om andelen medlemmer som leverer så lange saker er liten. Medianen for frilansere er 3879 tegn, mens den er ca. 3100 tegn for ordinære medlemmer. Forskjellen er signifikant.¹⁸ Frilansernes artikler er i median omtrent 25 prosent lengre enn de ordinæres. Med andre ord produserer frilansere endel lengre saker enn ordinære medlemmer. Basert på antagelser om formatene frilansere typisk jobber med, kunne vi tro at denne forskjellen hadde vært større. Samtidig er det verdt å merke seg at denne forskjellen på rundt 25 prosent henger sammen med funnene i kapittel 3.2, som viste at frilanserne publiserer langt færre artikler enn ansatte kolleger.

3.4. Stoffområder

I denne delen av rapporten skal vi se nærmere på hvilke stoffområder frilanserne jobber innenfor, og om dette skiller seg fra hvilke typer saker ansatte journalister dekker. Tidligere undersøkelser blant norske frilansere viser at de ofte dekker mer nisjepregede eller spesialiserte temaer som kultur, teknologi, miljø og helse, hvor de får muligheten til å bruke egen fagkunnskap og utvikle seg eller spesialisere seg på et fagfelt og følge egne interesser. Dette ses i sammenheng med at en spesialisering gjør det lettere å profilere seg i møte med mulige oppdragsgivere, og/eller at man som frilanser finner seg en nisje der behovet for frilansstoff er stort, fordi redaksjonene selv ikke sitter på denne kunnskapen eller ekspertisen. Frilanserne vil da i mindre grad jobbe med tradisjonell nyhetsdekning.

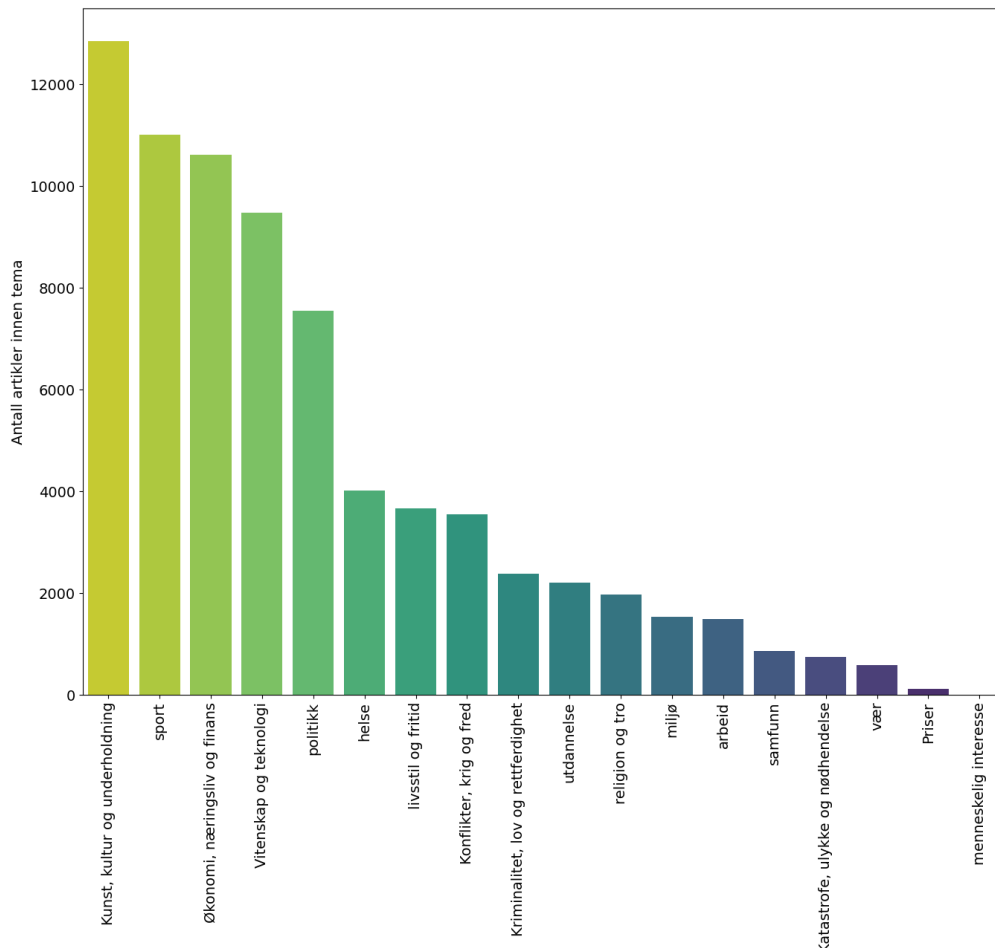
For å identifisere de ulike stoffområdene i vårt materiale, er det som nevnt brukt standardiserte stoffområder (se s. 7).¹⁹ Hver artikkel kan ha inntil tre treff på stoffområde, og det finnes mange tematiske underkategorier i modellen. Det er en god del artikler i utvalget der maskinlesningen ikke har klart å definere et stoffområde. Det gjør at vi må ta forbehold om resultatene i figur 9. Det skyldes også at språkmodellen er utviklet på engelsk.

¹⁸ Signifikant forskjell med Welch's t-test og Mann-Whitney U, $p < 0.001$. Middels effektstørrelse på 0.39.

¹⁹ [Media Topics - IPTC](#)

Kategoriene av stoffområder samsvarer derfor ikke helt med det som er vanlig inndeling i norske medier. Vi har derfor tatt utgangspunkt i de KI-genererte stoffområdene, men slått sammen og redefinert noen av kategoriene i vår analyse. De samsvarer etter det mer med stoffområdene vi er kjenner fra norske medier.

Figur 9: Artikler per tema frilansere



Figurforklaring: Søylediagrammet viser antall artikler av frilansmedlemmer skrevet innenfor hvert tema identifisert av Infomedia. Temakategorier er oversatt til norsk med bruk av GoogleTranslate API, og kun hovedkategorier er brukt.

Ser vi på fordelingen av temaer blant frilanserne, er kunst, kultur og underholdning det mest dominerende stoffområdet, tett fulgt av sport. Deretter kommer økonomi, næringsliv og finans, og vitenskap og teknologi, mens politikk er det femte største området. De fire største temaene utgjør til sammen nærmere 70 prosent av den samlede frilansproduksjonen.

At kunst, kultur og underholdning kommer høyest, er ikke overraskende. Dette er et stoffområde der frilansere tradisjonelt har stått sterkt, mange redaksjoner har bygget ned

kulturavdelinger og baserer for eksempel anmelderi på frilansere. Sport som nest største tema samsvarer godt med erfaringen med at mange frilansere dekker idrettsbegivenheter i helgene, samtidig som at sport er en sentral del av dekningen i nyhetsmediene.

At økonomi, næringsliv og finans havner så høyt, kan knyttes til samfunnsutviklingen de siste årene, der det har vært økt fokus på for eksempel strømpriser, renteøkninger, inflasjon og generell økonomisk usikkerhet. Vitenskap og teknologi er også et viktig spesialfelt. Dette kan henge sammen med pandemien, digitalisering og økt samfunnsinteresse for teknologiutvikling.

Politikk er et annet stort område, noe som kan virke litt overraskende. Noe av forklaringen kan ligge i at samfunnsøkonomiske endringer, krig og konflikt samt pandemien har satt politiske beslutninger og konflikter høyt på dagsordenen i den perioden undersøkelsen dekker. Noe kan kanskje også skyldes at det for eksempel i lokalpolitikken er mye som skjer på kveldstid (blant annet kommunestyremøter) og at lokale/ regionale medier bruker frilansere utenom ordinær arbeidstid. Samtidig ser vi at frilansere også leverer en god del på nisjeområder som helse, livsstil og fritid, kriminalitet og rettspleie, og religion og tro, men er mindre representert på klassiske samfunnsområder som utdanning, arbeid, miljø og krig/ konflikt.

Samlet viser figur 9 at frilansere bidrar med stoff på tvers av bredden i norsk journalistikk, men at tyngdepunktet ligger på kultur, sport og økonomi – altså felt som tradisjonelt har gitt rom for frilansing (særlig kultur og sport).

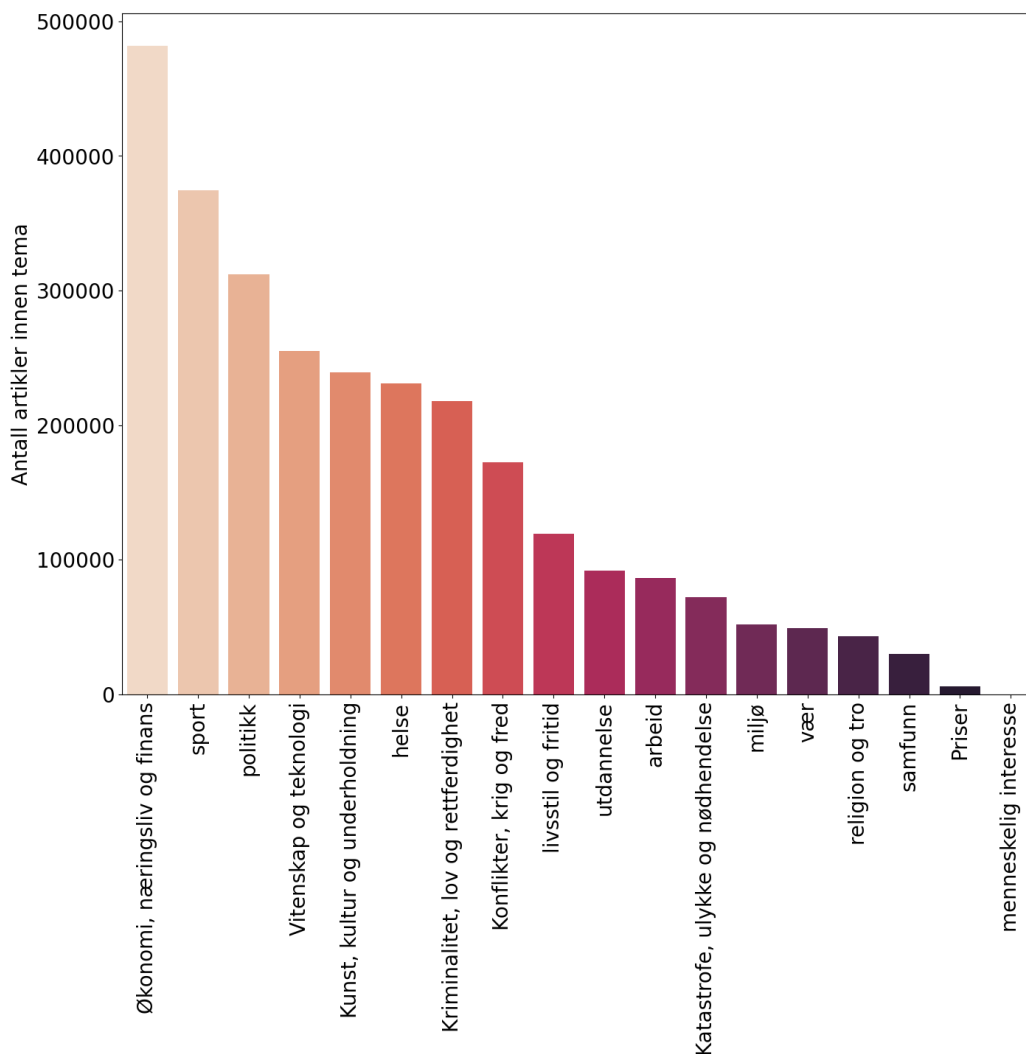
Ser vi på fordelingen av temaer for ordinære medlemmer (se nedenfor, figur 10), finner vi at økonomi, næringsliv og finans er det klart største området, etterfulgt av sport og politikk. Disse tre temaene utgjør til sammen rundt 43 prosent av de ansattes samlede produksjon. Deretter følger vitenskap og teknologi, samt kunst, kultur og underholdning, som har en mer fremtredende plass hos frilanserne enn hos de fast ansatte.

Sammenlikner vi med hva frilanserne har fått publisert, ser vi altså at begge gruppene har et tyngdepunkt i økonomi, politikk og sport, men med ulik vektlegging. Frilanserne er mer dominerende på sport og særlig på kultur/underholdning, mens ordinære medlemmer i større grad dekker økonomi, helse og kriminalitet. Dette samsvarer med at mange frilansere tar helgevakter eller spesialiserer seg på sport og kultur, mens de fast ansatte i større grad dekker brede samfunnstemaer knyttet til det løpende nyhetsbildet gjennom ukedagene.

Hovedtendensen er likevel at frilansere og ansatte publiserer saker innenfor påfallende like stoffområder. Dette må ses i sammenheng med at dette er de store dagsorden-setterne i nyhetsbildet – samtidig som frilanserne har et solid fotfeste i sport, kultur og nisjepregede områder.

Med de forbeholdene som er tatt med tanke på hvordan algoritmene har kategorisert artiklene i undersøkelsen, kan funnene være preget av den samfunnsmessige situasjonen i årene undersøkelsen ble gjennomført, der pandemi og økt politisk uro preget det journalistiske virket både for ordinære medlemmer og frilansere.

Figur 10: Artikler per tema ordinære medlemmer

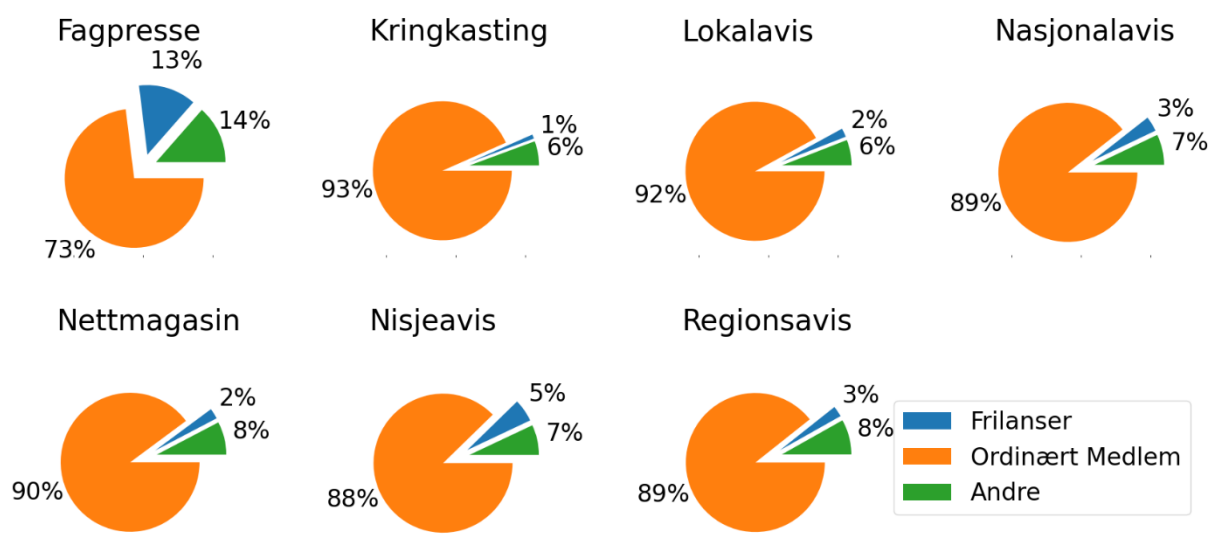


Figurforklaring: Søylediagrammet viser antall artikler ordinære medlemmer (ansatte journalister) har skrevet innenfor hvert tema identifisert av Infomedia. Temakategorier er oversatt til norsk med bruk av GoogleTranslate API og kun hovedkategorier er brukt.

3.5. Frilansbruk for de ulike medietypene

I denne delen av analysen skal vi se på hvilke medietyper som har størst bruk av frilansstoff. Antagelsen har vært at bruken har variert betydelig mellom ulike typer medier. Det var ventet at de mer spesialiserte publikasjonene (nisjeaviser/ fagpresse) var mer avhengige av frilansere enn for eksempel de riksdekkende redaksjonene, som har en større stab av fast ansatte.

Figur 11: Andelen frilansbruk for ulike medietyper



Figurforklaring: Kakediagrammene viser prosentandel artikler skrevet av frilansmedlemmer, ordinære medlemmer og andre medlemskategorier i Norsk Journalistlag, fordelt på ulike medietyper (nasjonalavis er det samme som riksavis).

Resultatene i figur 11 viser at frilansbruken varierer mye mellom de ulike medietypene. Fagpressen og nisjeavisene har som ventet størst innslag av frilansstoff. I fagpressen utgjør frilansernes bidrag 13 prosent, mens andelen i nisjeavisene ligger på rundt 5 prosent. Dette er i tråd med tidligere undersøkelser som peker på at fagblader og nisjemedier er de største brukerne av frilansere med spesialkompetanse (Aker & Bjerke, 2023).

Nettmagasiner og regionavisene har et lavt innslag av frilansstoff, med henholdsvis 2 og 3 prosent av det publiserte innholdet. Vi finner lave tall også for riksavisene. Her utgjør frilansstoff 3 prosent, noe som gjenspeiler at disse redaksjonene har en stor fast bemanning. Men de benytter seg likevel av frilansstoff for å dekke geografiske områder eller spesialfelt.

Et ganske tilsvarende bilde tegner seg når vi ser på lokalavisene, der andelen frilansstoff ligger på 2 prosent, og kringkastingenes nettsider, som har den laveste andelen, med 1 prosent. For lokalavisene kan dette virke noe overraskende, men det finnes noen mulige forklaringer. Mange lokalaviser baserer en stor del av sin produksjon på en liten gruppe ansatte, kombinert med byråstoff og artikler som er nærmest gratis tilgjengelig gjennom stoffutvekslingsavtaler innenfor konsernet. I tillegg kan det være krevende for lokalredaksjoner å etablere og vedlikeholde stabile frilansnettverk eller finne frilansere med lokal tilknytting. Region- og lokalavisene viser et tilsvarende mønster. Kringkastingenes lave frilansbruk kan henge sammen med at NRK og TV 2 har store redaksjoner og en organisering der oppgaver i stor grad løses internt. Det kan også være en forklaring at kringkasterne oftere benytter seg av midlertidige ansatte.

Ser vi på svingninger i bruk av frilansere mellom de ulike medietypene over tid, er forskjellene tydelige. Fagpressen har de høyeste andelen frilansbruk og de mest markante

svingningene, med topper som kan ligge godt over 20 prosent og en bunn ned mot 5–6 prosent. Nettmagasinene viser også tydelige variasjoner, fra perioder på rundt 2–3 prosent til topper mot 10 prosent, særlig i 2021–2022. Riksavisene har en mer stabil bruk på rundt 2–3 prosent, men med klare topper i sommermånedene når frilansere erstatter ansatte på ferie. Nisjeavisene varierer mer ujevnt, med topper på 5–6 prosent og lange perioder ned mot 1–2 prosent. Region- og lokalavisene holder seg jevnt lave, stort sett mellom 2 og 3 prosent, men også her finnes det små topper i sommermånedene. Kringkastingen ligger konsekvent lavest, ofte helt nede på 0–1 prosent, uten de store sesongvariasjonene. Samlet viser dette at toppene særlig opptrer i fagpressen, nettmagasiner og til en viss grad i region- og riksaviser, mens bunnen er stabilt lav i lokalavisene og i kringkasternes nettutgaver.

Ser vi nærmere på enkeltmedier, er det store variasjoner innenfor de samme medietypene. Fagpressen skiller seg tydelig ut ved at flere redaksjoner i praksis er helt avhengige av frilansere for å kunne opprettholde produksjonen. Enkelte titler har en frilansandel på over 70–80 prosent, mens andre har bygget opp små faste redaksjoner og bruker frilanserne mer selektivt. Dette illustrerer at graden av frilansbruk ikke bare handler om medietype, men også om størrelsen på redaksjonen og ressursgrunnlag.

Blant riksavisene fremstår VG som en avis med relativt lav frilansandel, 3,4 prosent. Samtidig har VG et høyt volum, og alene står avisen for nær 6 prosent av alle frilansartiklene i materialet. Det viser at selv en moderat andel frilansstoff kan få stor betydning når utgangspunktet er et svært høyt antall publiserte artikler.

For NRK er bildet motsatt. Kringkastingen har publisert det høyeste antallet artikler i hele utvalget, men bare 0,9 prosent er frilansstoff. Likevel utgjør dette målt i volum 1,7 prosent av alle frilansartikler i materialet. Frilansernes rolle i NRK er dermed relativt liten, men bidragene blir likevel synlige i kraft av den store totale produksjonen.

I nisjeavisene er bildet annerledes. Morgenbladet har en frilansandel på hele 32 prosent, og står alene for over 4 prosent av det samlede frilansvolumet. Dette reflekterer en redaksjonell modell som gir stort rom for frilansbidrag. Samtidig viser tallene at selv et relativt lite medium kan sette tydelige spor i det samlede frilansmaterialet dersom andelen er høy.

For regionavisene ligger Adresseavisen nær gjennomsnittet, med en frilansandel på 3 prosent. I kraft av å være en av landets største regionale aviser utgjør dette nesten 3 prosent av alt frilansstoff i materialet. Dette illustrerer hvordan de store regionavisene først og fremst er basert på fast ansatte, men likevel bidrar betydelig til frilansvolumet på grunn av størrelsen.

I fagpressen peker Kommunal Rapport seg ut, med en frilansandel på 17 prosent. Selv om publikasjonen bare står for 0,4 prosent av frilansvolumet totalt, viser tallene hvordan små, spesialiserte fagmedier gir frilanserne en langt større andel av produksjonen enn de brede mediehusene. Samlet sett viser dette hvordan både andel og volum spiller inn på frilansernes plass i enkeltmedier. Mens riksavisene og NRK har lave prosenter, bidrar de store produksjonsvolumene til at de likevel utgjør en betydelig del av frilansmaterialet. Nisje- og fagmedier med høy frilansandel kan på sin side, selv med små volumer, gi et tydelig innslag i materialet og være avgjørende arenaer for frilansernes arbeid.

Når vi ser tallene i sammenheng, er et hovedfunn tydelig: Frilansernes betydning er størst i nisjer og spesialiserte publikasjoner, mens deres rolle i den allmenne journalistikken er relativt beskjedent. Samlet sett bekrefter dette hovedfunnet i undersøkelsen: At frilanserne står for en forholdsvis liten andel av den norske medieproduksjonen og at deres andel er vesentlig lavere enn i andre europeiske land (basert på hva vi vet om andelen frilansjournalister (Mathisen & Knudsen, 2025 s. 19)).

Den lave andelen frilansstoff peker i retning av at den norske arbeidslivsmodellen med fast ansettelse fortsatt står sterkt innenfor journalistikken. Selv om dette er et positivt funn for arbeidslivet generelt, peker det på noen strukturelle utfordringer for frilanserne. Den lave andelen frilansstoff gjør at markedet for frilansjournalistikk er begrenset, og dermed at konkurransen om oppdragene blir hard. Denne konkurransen og presset på honorar skjerpes ytterligere av at mange redaksjoner benytter seg av pensjonister og studenter for å fylle behovet for stoff. Dette kan igjen gjøre det vanskeligere for frilanserne å få en tydelig stemme i forsvaret og utviklingen av profesjonens normer og rammevilkår. Betalingsvilje, tilgang på oppdrag og redaksjonenes struktur ser ut til å begrense frilansernes plass, særlig i lokal medier og hos kringkasterne, mens de i større grad får innpass der redaksjonene trenger spesialisert kunnskap eller fleksibel produksjonskapasitet. Dette henger også sammen med at mange frilansere er høyt utdannet og motiveres av å bruke sin spesialkompetanse på fagstoff og i nisjer, snarere enn å konkurrere med fast ansatte om den løpende nyhetsdekningen.

3.6. Hvor mange oppdragsgivere har frilansere, og hvor avhengig er de?

Til slutt i denne delen av analysen som handler om de skrivende frilanserne, skal vi se på antall oppdragsgivere medlemmene i vårt materiale jobber for. Det er et typisk sårbarhetstegn for en frilanser å være helt eller delvis avhengig av én eller et lite antall oppdragsgivere.

Som det går fram av figur 12 (se nedenfor) hadde frilanserne i gjennomsnitt 1,4–1,5 oppdragsgivere i starten av perioden (2017–2019). I denne fasen var variasjonene små. Rundt 2020, i forbindelse med pandemien, ser vi en kort periode med økte svingninger, men uten at det førte til noen varig endring.

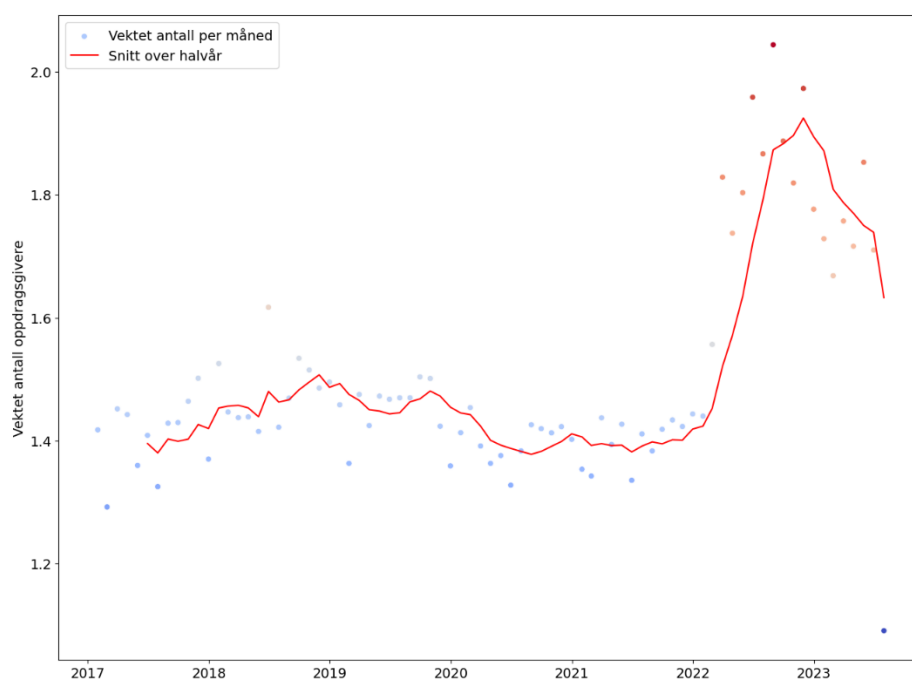
Fra 2022 skjer det imidlertid et tydelig skifte. Antall oppdragsgivere stiger. På det høyeste ligger gjennomsnittet over to oppdragsgivere per frilanser. Denne økningen sammenfaller med en periode preget av færre oppdrag og tøffere tider i bransjen, noe som tvang mange frilansere til å utvide oppdragsporteføljen. Samtidig har det gradvis blitt større aksept i redaksjonene for at frilansere må jobbe for flere samtidig, noe som har bidratt til at flere har kunnet spre oppdragene mer systematisk. De siste månedene i figuren viser en nedgang igjen, men nivået ligger fortsatt høyere enn i perioden før 2021. Medianen for hele perioden ligger på rundt 1,5 oppdragsgiver per frilanser, noe som ligger lavere enn funn i andre undersøkelser (Knudsen, 2025, s. 50).

Dette tyder på at frilanserne har klart å spre oppdragene sine noe i tidsperioden som er undersøkt, og at færre jobber utelukkende for én oppdragsgiver. Likevel viser den vektete

beregningen at mesteparten av produksjonen er konsentrert hos noen få, faste oppdragsgivere, mens resten av volumet er fordelt på flere mindre oppdrag.

Samlet peker utviklingen på at frilanserne kan ha blitt noe flinkere til å få flere oppdragsgivere og redusere sårbarheten som er knyttet til bare å ha én. De strukturelle vilkårene i bransjen gjør likevel at mange er økonomisk avhengige av noen få, store oppdragsgivere. Variasjonen mellom frilanserne er stor. Figur 12 synliggjør at det er et visst spenn mellom de som har et bredere oppdragsgrunnlag og de som fortsatt står svært sårbart knyttet til én eller to oppdragsgivere.

Figur 12: Vektet antall oppdragsgivere månedsfrekvens



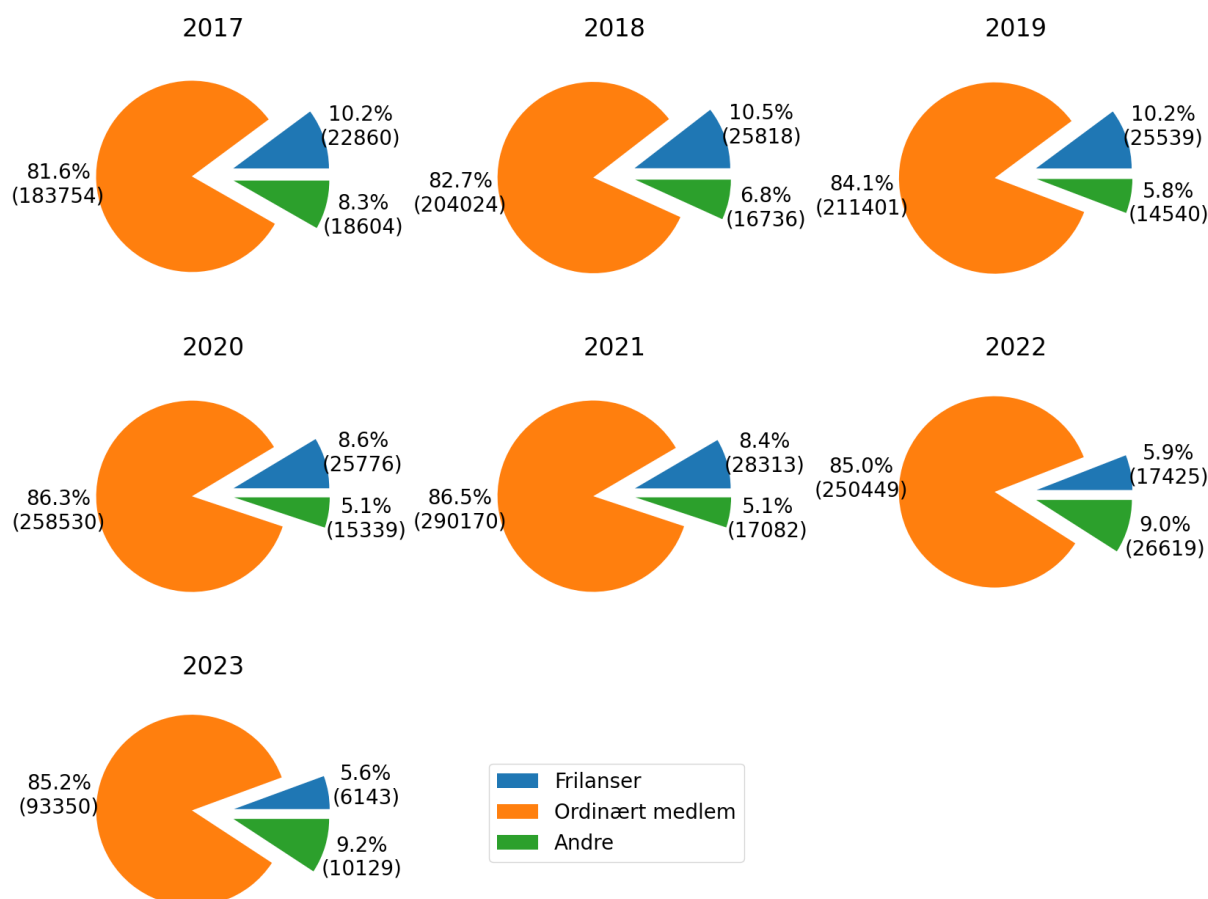
Figur 12: Figuren viser vektet antall oppdragsgivere per frilansmedlem over tid. Markører viser vektet antall per måned. Rød linje viser samme data som snitt over hvert halvår. Den vektete verdien gir et bilde av hvor stor del av produksjonen som faktisk er knyttet til hver oppdragsgiver, og tar dermed høyde for at en frilanser kan ha mange småoppdrag, men samtidig være sterkt avhengig av én eller to store oppdragsgivere.

4. Fotojournalistene

Et særskilt problem i dette prosjektet er - som beskrevet i metodekapitlet - knyttet til fotokreditering, ettersom en foto-byline ofte gir mange treff fordi det samme bildet er blitt brukt i en rekke ulike medier. En frilansfotograf på oppdrag for NTB kan for eksempel ta et bilde som publiseres i 20 forskjellige medier og bli registrert med 20 frilansartikler. Noe likende skjer som følge av stoffutveksling innenfor konsernene. Dette fører til store utslag i materialet, og vil gi et misvisende bilde av fotojournalistenes faktiske produksjon, både for frilansere og ansatte fotografer. For å unngå at dette skulle forstyrre hovedanalysen i denne rapporten, valgte vi å utelate artikler med foto-byline i de generelle analysene som er

presentert i kapittel 3. Samtidig er fotojournalistene og det visuelle innholdet en viktig del av journalistikken. Derfor presenterer vi funnene for disse artiklene i et eget kapittel.

Figur 13: Prosentandel (og antall) av totale publikasjoner per år for fotojournalister (altså treff i fotoreferanse/ foto-byline)



Figurforklaring: Figuren viser prosentandel og antall registrerte publikasjoner med byline fra fotografer fordelt på medlemsgruppene frilanser, ordinært medlem og andre. Tallene gjelder for perioden 2017–2023. Ansatte medlemmer er klart dominerende, mens frilansfotografene utgjør mellom 7 og 11 prosent av den samlede produksjonen. Kategorien «annet» inkluderer studenter, pensjonister og medlemmer med redusert kontingent.

Når vi sammenlikner fotograferende frilansere med skrivende frilansere, ser vi noen tydelige forskjeller. For det første er andelen frilansstoff langt høyere i det visuelle materialet enn for tekstbaserte artikler. Mens skrivende frilansere sto bak 2-3 prosent av det publiserte materialet, ligger frilansfotografenes andel på mellom 7 og 11 prosent gjennom hele perioden.

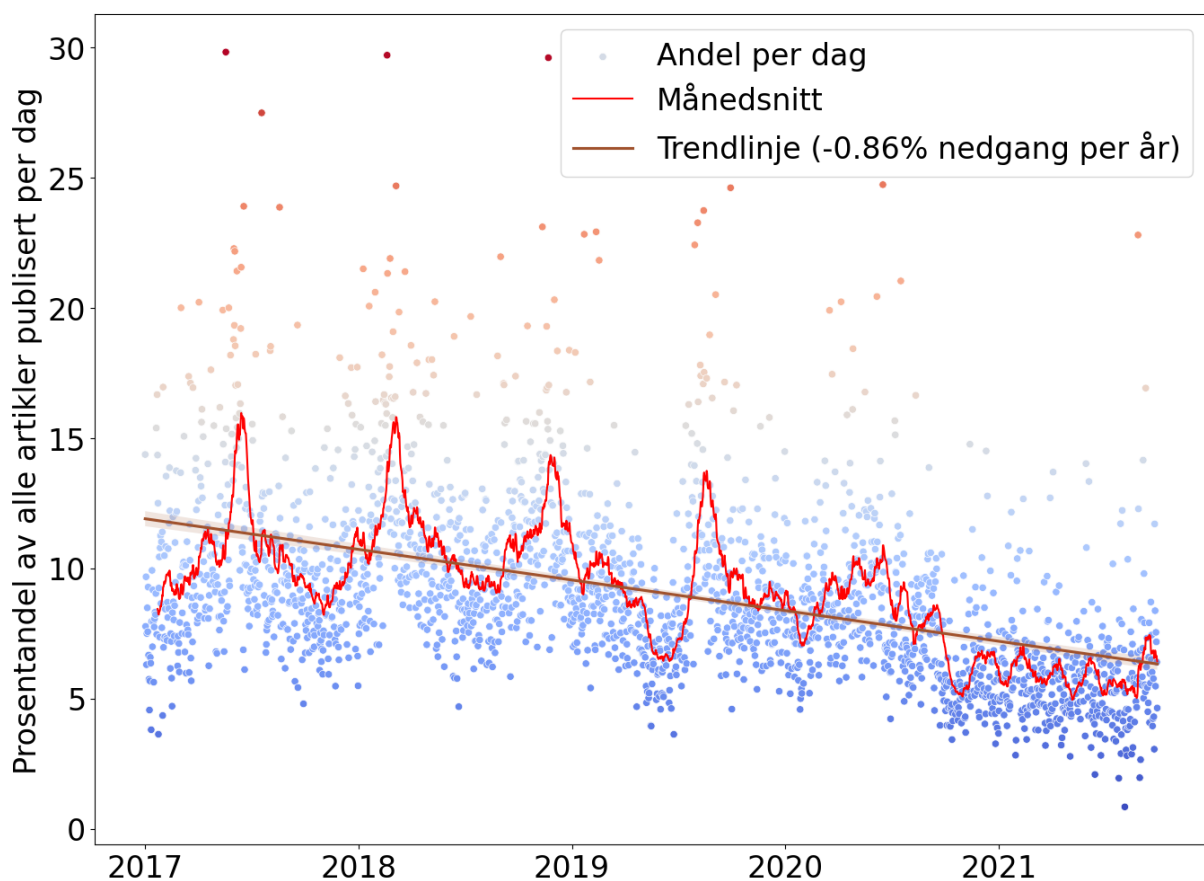
Denne forskjellen kan forstås på flere måter. En viktig forklaring er at det historisk alltid har vært en høyere andel frilansere blant fotojournalister enn blant skrivende - antall faste jobber som fotojournalist har alltid vært lavt. I tillegg har mange redaksjoner bygget ned fotoavdelingene, og i større grad satt det visuelle arbeidet ut til frilansere og andre. Det er en tendens til at fotojournalistikken som en tydelig definert funksjon er på vei ut av

redaksjonene, og at det visuelle arbeidet løses ved at skrivende journalister tar bilder, kombinert med bruk av frilansere og tilgang på visuelt materiale fra publikum og byråer. Dette er med på å redusere behovet for ansatte fotojournalister, både fordi det gir redaksjonen fleksibilitet i dekningen av store og uforutsigbare hendelser, og fordi frilansfotografer og andre ofte kan levere bilder fra steder og situasjoner redaksjonene ikke selv har ressurser til å dekke.

Selv om frilansfotografene står bak en større andel av det publiserte stoffet enn skrivende frilanserne, viser undersøkelsen en nedgang i bruken av fotofrilansere i perioden som er blitt undersøkt. Fra rundt 10 prosent i 2017–2019 synker frilansandelen til under 6 prosent i 2022–2023. Samtidig øker andelen i kategorien «Andret» de siste årene, noe som indikerer at studenter og pensjonister i økende grad også bidrar med visuelt stoff, og/ eller at redaksjonene velger andre måter å skaffe visuelt innhold på (for eksempel fra publikum).

Også for fotojournalistene er det interessant å se nærmere på svingningene i hva de har publisert i syvårs-perioden som er undersøkt.

Figur 14: Andel treff på foto-byline av frilansfotografer per dag



Figurforklaring: Figuren viser daglige prosentandeler av alle treff i foto-byline publisert i perioden 2017–2023 som har en frilansfotograf som opphavsperson. Blå prikker markerer andel per dag, mens den røde linjen viser månedssnitt. Trendlinjen (brun) viser at det har vært en signifikant nedgang på 0,86 prosentpoeng per år i perioden.

Resultatene i figur 14 gir et tydelig bilde av utviklingen i bruken av frilansfotografer. Andelen av det publiserte materialet som er produsert av denne gruppen, ligger relativt høyt, på mellom 8 og 12 prosent, men med tydelige svingninger. Som for de skrivende frilanserne (jf. figur 6 i kapittel 3) ser vi topper midt på året, særlig i sommermånedene. Dette mønsteret kan forklares med at redaksjonene i større grad henter inn frilansressurser i ferieperioder.

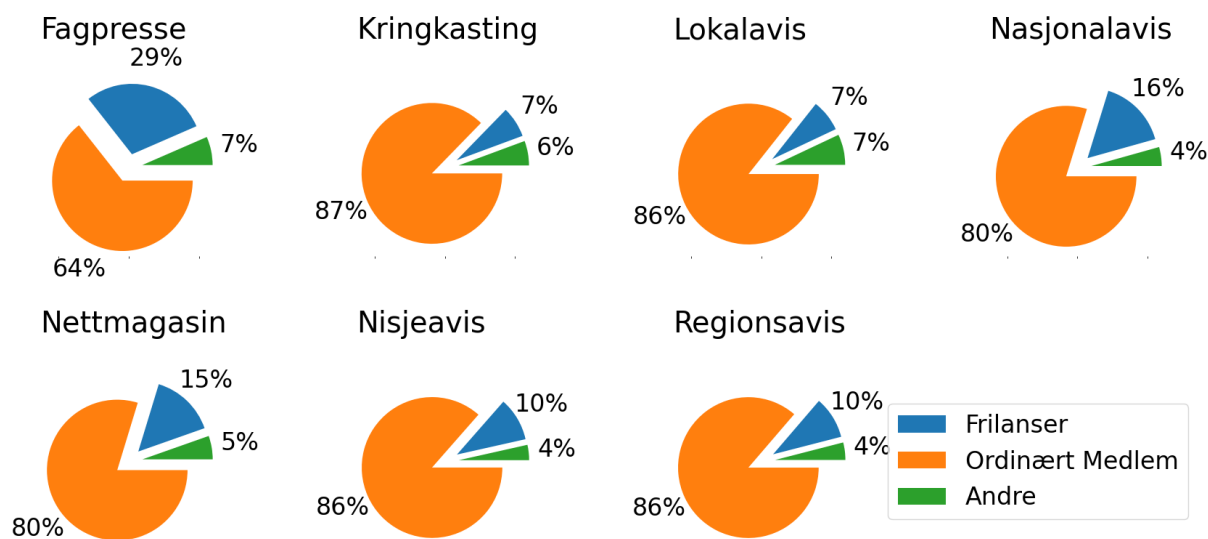
Mens skrivende frilansere sto bak 2-3 prosent av artikler som ble publisert i perioden, er andelen til fotofrilansere tre til fire ganger så høy. Samtidig ser vi en jevn nedgang over tid: Fra 11–12 prosent i 2017–2018 til under 8 prosent i 2023. Trendlinjen understreker dette, med en nedgang på nesten 1 prosentpoeng per år.²⁰

Denne utviklingen kan tolkes på flere måter. På et overordnet nivå viser den at frilansfotografer har en langt viktigere plass i norsk medieproduksjon enn skrivende frilanserne. På den andre siden peker nedgangen på at også frilansfotografenes levebrød er under press, trolig som følge av at redaksjonene reduserer bruk av eksterne fotografer og i større grad baserer seg på egne ansatte eller alternative kilder til visuelt innhold (for eksempel arkivbilder eller bilder fra byråer).

Som med de skrivende frilanserne ser vi altså at sommermånedene gir tydelige topper, men den generelle trenden peker mot en gradvis reduksjon i frilansfotografenes betydning. Det er en ganske parallell utvikling som den vi ser blant skrivende frilansere, bare at nedgangen startet på et høyere nivå.

Til slutt skal vi se på hvilke medietyper som har størst bruk av frilansfotografer, og sammenlikne dette med de skrivende frilanserne.

Figur 15: Andelen frilansbruk fotografer for ulike medietyper



Figurforklaring: Kakediagrammene viser prosentandel foto-byline/ bildereferanser av frilansmedlemmer, ordinære medlemmer og andre medlemskategorier i Norsk Journalistlag, fordelt på ulike medietyper (nasjonalavis er det samme som rikssavis).

²⁰ ($r^2 = -0.45$, $p < 0.001$)

Figuren viser fordelingen mellom frilansfotografer, ansatte journalister og andre medlemskategorier innen ulike medietyper. Et gjennomgående trekk er at frilansfotografer har en langt sterkere posisjon enn de skrivende frilanserne. I fagpressen står frilansfotografer for hele 29 prosent av materialet, mens andelen for skrivende frilansere i samme medietype ligger på rundt 13 prosent. Nisjeavisene viser et lignende mønster, der frilansfotografene står for 10 prosent, mens skrivende frilansere ligger noe lavere på 5 prosent. I riksavisene er forskjellen enda mer markant: Frilansfotografer leverer 16 prosent, mens de skrivende frilanserne bare bidrar med rundt 3 prosent. Nettmagasinene ligger i midtsjiktet, men også her er fotofrilansernes bidrag klart større enn blant de som skriver, med 15 prosent mot bare 2 prosent for de skrivende.

I lokalaviser og i kringkasting, der frilansfotografene utgjør 7 prosent i begge kategoriene, er frilanserandelen lav for både fotografer og skrivende journalister, men nivået er likevel høyere for foto enn for tekst. Lokalavisene, som nesten ikke bruker skrivende frilansere, henter inn noe frilansfoto. For kringkasting er bildet enda tydeligere, bare 1 prosent av innholdet er fra skrivende frilansere, mens den er 7 prosent for frilansfotografer.

Sammenliknet på tvers av medietypene viser undersøkelsen at foto og visuelt arbeid i langt større grad enn tekst blir satt ut til frilansere. Forklaringen ligger dels i at faste fotojournaliststillinger er blitt avviklet, og dels i at fotooppdrag egner seg bedre til å løses stykkevis og ved hjelp av frilansere. Frilansfoto fyller dermed en viktigere funksjon enn frilanstekst i norsk medieproduksjon.

5. Oppsummering

Denne rapporten har forsøkt å gi et helhetlig bilde av hvilken betydning frilanserne har for norsk medieproduksjon i redaktørstyrte medier. Vi har sett på hvem som leverer frilansstoff, hvordan produksjonen fordeler seg etter kjønn og alder, hvilke stoffområder frilanserne dekker, hvilke medier og medietyper de leverer til, hvor lange artiklene deres er, og hvor mange oppdragsgivere de samarbeider med. I tillegg har vi sett særskilt på fotojournalistene, der frilanserne står bak en vesentlig større andel av det som publiseres enn hva skrivende frilansere gjør.

Et hovedfunn er at skrivende frilanseres bidrag utgjør en relativt liten del av det som publiseres i redaktørstyrte medier. I perioden 2017–2023 sto de for mellom 2 og 3 prosent av publiserte artikler. Andelen har gått noe ned i syvårs-perioden som er undersøkt, og ligger lavere enn det mange har antatt, særlig sammenliknet med andre land i Europa. Selv om ikke alle frilansere er organisert i NJ, og selv om det finnes journalistisk materiale utenfor datagrunnlaget i denne undersøkelsen, viser resultatene at fast ansatte journalister produserer det aller meste av journalistikken som blir publisert i Norge.

Når vi ser på fordelingen mellom kjønn, viser materialet at det er en klar overvekt av menn blant frilanserne som publiserer artikler. Om lag 58 prosent av frilansstoffet er produsert av en mann, og andelen er enda høyere blant ansatte journalister. Dette er interessant. sett opp

mot at kjønnsbalansen i NJ totalt sett er relativt jevn. Dette kan tyde på at menn fremdeles er dominerende i den delen av journalistikken der det er høyt produksjonstempo.

Undersøkelsen avdekker også noen utviklingstrekk som kan ses i sammenheng med at mange journalister mer eller mindre frivillig har gått av med pensjon som 62-åringer.

Pensjonistmedlemmer, som rent formelt er ute av arbeidslivet, bidrar med en betydelig andel av det som publiseres i norske medier. De har i flere år og i økende grad fått publisert mer stoff enn frilanserne. I 2022 og 2023 sto pensjonist-medlemmer for 5-6 prosent av publiserte artikler, mens frilanserne sto bak drøyt 2 prosent. Undersøkelsen viser at pensjonistenes andel av publisert stoff har økt i syvårsperioden, mens frilansernes andel har ligget stabilt på 2-3 prosent, noe som utfordrer forestillingen om hvem som utgjør de «atypiske» bidragsyterne i norsk journalistikk. Samtidig reiser det et spørsmål om hvordan pensjonistenes sterke tilstedeværelse påvirker frilansernes mulighet til å overleve i et marked der redaksjonene i økende grad benytter tidligere ansatte og andre pensjonister som har et økonomisk sikkerhetsnett, til frilansoppdrag.

Undersøkelsen viser samtidig at frilanserne også møter konkurranse fra journalister i den andre enden av yrkeskarrieren. NJs studentmedlemmer og frilanserne står for en omtrent like stor andel av artiklene som publiseres. Selv om dette er tankevekkende, er det mindre problematisk enn at pensjonister stikker av med oppdragene. Journalistikken har alltid vært et yrke der unge, uerfarne kandidater lærer seg yrket gjennom praksis og vikariater. Samtidig er det sånn at studentgruppen har en klar overvekt av kvinner, noe som peker i retning av at de nye generasjonene med journalister vil bidra til en jevnere kjønnsbalanse i den fremtidige journalistiske produksjonen.

Ser vi på hva slags journalistikk frilanserne leverer, peker rapporten på at de i stor grad bidrar innen kultur og sport, som er de to største stoffområdene målt i volum. Dette er i samsvar med tidligere funn, og med en lang tradisjon for at redaksjoner bruker frilansere til kulturdekning og sportsarrangementer på kveldstid og i helger. De fast ansatte journalistene dominerer på områder som økonomi, politikk og kriminalitet. Frilansere publiserer i snitt færre artikler enn ansatte kolleger, men artiklene deres er gjennomgående noe lengre. Det bekrefter bildet av at frilansere jobber med reportasjer og mer dyptpløyende formater, mens fast ansatte i større grad fyller de løpende nyhetsflatene.

Bruken av frilansere varierer markant mellom ulike medietyper. Som analysene viser, er andelen frilansstoff klart størst i fagpressen og nisjemediene, der de skrivende frilanserne står bak henholdsvis 14 og 10 prosent av det som publiseres. I riksavisene (nasjonalavisene) og nettmagasinene er frilanserne opphavsperson til 3-5 prosent av det som publiseres, som er noe høyere enn hva vi finner i lokale medier og i kringkasternes nettmedier. Med andre ord har frilanserne størst betydning i medier som har spesialiserte stoffområder, mens de brede mediehusene i liten grad baserer seg på frilansstoff.

En annen viktig problemstilling er hvor avhengige frilanserne er av oppdragsgiverne sine. Undersøkelsen viser at mange har bare én eller få faste redaksjoner de leverer stoff til. Dette

gjør dem sårbare. De siste årene har det vært en tendens til en liten økning i antall oppdragsgivere, men medianen er lav, og den vektete beregningen viser at de fleste frilansere får publisert stoffet sitt hos en til to oppdragsgivere/ medier.

Fotojournalistene skiller seg fra de skrivende frilanserne. De står for en høyere andel av det som publiseres av foto enn det skrivende frilansere gjør sammenliknet med skrivende ansatte. Frilansfotografene sto bak mellom 7 og 11 prosent av det som ble publisert i årene som er undersøkt. Dette kan forklares både med nedbygging av fotoavdelinger og en historisk sterk tradisjon for å bruke frilansfotografer i fagpresse og nisjemedier. Også her ser vi en nedgang i frilansernes andel av publisert materiale mot slutten av perioden. Dette kan tyde på at også fotojournalistikken er under press, blant annet som følge av at den digitale utviklingen har bidratt til at de skrivende journalistene i langt større grad må ta bildene selv.

Samlet sett peker funnene i denne rapporten på at frilanserne har en tydelig, men avgrenset rolle i norsk journalistikk. De bidrar særlig innenfor sentrale stoffområder og i spissede medier som fagpresse og nisjeaviser, mens de har en liten plass i de brede mediene. Dette kan tolkes positivt, som et uttrykk for at den norske modellen med fast ansettelse står sterkt og sikrer ordnende forhold og forutsigbarhet for brorparten av norske journalister. Samtidig peker resultatene på utfordringer for frilansere som ønsker å leve av journalistikken i et marked der etterspørselen etter frilansstoff er lav og fallende, og konkurransen om oppdragene fra andre medlemsgrupper, som studenter og pensjonister, er overraskende stor.

6. Litteratur

- Aker, T. K. & Bjerke, P. (Red.). (2023). *Fagpressen 125 år*. Orkana Akademisk.
- Bjerke, P., Fonn, B.K. and Mathisen, B.R. (Red.) (2019). *Journalistikk, profesjon, og endring*. Orkana Akademisk.
- Cohen, N.S. (2016). *Writers' rights: Freelance journalism in a digital age*. McGill Queen's university press.
- Edström, M. & Ladendorf, M. (2012). Freelance journalists as a flexible workforce in media industries. *Journalism Practice*, 6(5-6), p. 711-721. DOI:10.1080/17512786.2012.667275
- Eide, T. & Hasvik, A. (2024). *Frilanspraten: Live workshop og juleavslutning*. PPTpresentasjon.
- NJ Frilans. Fonn, B.K., Hovlid, E.L., Mathisen, B.R. (2022). *Presse, profesjon og etikk*. Cappelen Damm Akademisk.
- Grimsmo, A. & Heen, H. (2013). *Journalistundersøkelsen 2013*. Rapport fra Arbeidsforskningsinstituttet.
- Hvid, H. & Falkum, E. (eds.) (2019). *Work and wellbeing in the Nordic countries. Critical perspectives on the world's best working lives*. Routledge.
- Idås, T. (2025). Hvorfor frilansere trenger en fagforening. I Mathisen, B.R. & Knudsen, A. G. (Red.) (2025). *Frilansjournalisten – Fri og sårbar*. Orkana forlag.
- Karlsnes, B.K. & Steensen, S. (2109). Fra fast lokaljournalist til midlertidig digitalt hode: Utviklingen i arbeidsmarkedet for journalister 1987-2017. Norsk Medietidsskrift. 2020;27(1) <https://dx.doi.org/10.18261/ISSN.0805-9535-2020-01-02>
- Knudsen, A.G. (2025). Å drive egen virksomhet. I Mathisen, B.R. & Knudsen, A. G. (Red.) (2025). *Frilansjournalisten – Fri og sårbar*. Orkana forlag.
- Knudsen, A.G. & Mathisen, B.R. (2020). Sårbarhet og avmakt? Arbeidsvilkår for norske mediefrilansere i en endringsutsatt bransje. *Universitetsforlaget: Søkelys på arbeidslivet*. (37) nr. 3-2020, s. 150-167. <https://doi.org/10.18261/issn.1504-7989-2020-03-02>
- Knudsen, A.G. & Mathisen, B.R. (2025). Stabilt ustabilt – Frilanslivet mellom frihet og sårbarhet. I Mathisen, B.R. & Knudsen, A. G. (Red.) (2025). *Frilansjournalisten – Fri og sårbar*. Orkana forlag.
- Mathisen, B.R. (2016). Entrepreneurs and Idealists: Freelance journalists at the intersection of autonomy and constraints. *Journalism Practice*, 11(7), 909–924. <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1199284>
- Mathisen, B.R. & Knudsen, A.G. (2023). High job satisfaction and a precarious future. The double-edged nature of freelancing. In Mathisen, B.R. (ed.) *Journalism between disruption and resilience. Reflections on the Norwegian experience*. Routledge.

Mathisen, B.R. & Knudsen, A.G. (2025). Frilansjournalisten i profesjonen og arbeidslivet. I Mathisen, B.R. & Knudsen, A. G. (Red.) (2025). *Frilansjournalisten – Fri og sårbar*. Orkana forlag.

Norbäck, M. (2021). Back to the future of journalist work? Entrepreneurial subjectivity and freelance journalism in Sweden. *Journalism*, 24(4), 785–802.

<https://doi.org/10.1177/14648849211033131>

Rick, J. & Hanitzsch, T. (2024). Journalistic work during

Olsen, K. S. (2025). Utvidede horisonter, trangere rammer – Idéutvikling i et frilansperspektiv. I Mathisen, B.R. & Knudsen, A. G. (Red.) (2025). *Frilansjournalisten – Fri og sårbar*. Orkana forlag.

Rick, J. (2024). Acutely Precarious? Detecting Objective Precarity in Journalism. *Digital Journalism*, 1–20. <https://doi.org/10.1080/21670811.2023.2294995>

Rick, J., & Hanitzsch, T. (2023). Journalistic Work During a Pandemic: Changing Contexts and Subjective Perceptions. *Journalism Practice*, 18(1), 99–118. <https://doi.org/10.1080/17512786.2023.2250760>

7. Vedlegg

Vedlegg 1: Kodebok - Kvantitative kjøringene i materialet

Infomedia har kjørt spørringer i materialet basert på innspill og kodebok utarbeidet av NJ, NJ Frilans, Fritt Ord og OsloMet. Kjøringene fordeler seg på seks kategorier:

Bakgrunnsvariabler/demografi, omfang av produsert materiale, type artikler, oppdragsgivere, produktivitet og frilansere per publikasjon. Under følger en liste over alle kjøringene som er gjort innenfor de ulike kategoriene. Alle kjøringene kan deles i tidsperioder (årsintervaller 2017 – 2023) for å spore endringer over tid. Basert på disse kjøringene kan det generes tabeller og statistikk som gir oss svar på hovedspørsmålene i undersøkelsen.

- **Bakgrunnsvariabler/demografi:**

- Antall medlemmer av hvert kjønn som har publisert minst én artikkel i de respektive periodene fordelt på frilanser/ikke frilanser.
- Antall medlemmer som har publisert minst en artikkel i gjeldende periode i aldersintervaller.
- Antall frilansere som har publisert minst en artikkel i gjeldende periode i aldersintervaller.
- Antall medlemmer av hver medlemstype som har publisert minst en artikkel i hver periode.
- Antall medlemmer av hvert lokallag som har publisert minst en artikkel i gjeldende periode.
- Antall frilansere av hvert lokallag som har publisert minst en artikkel i gjeldende periode.
- Lokallag koblet til medlemskategori. Prosent av hver medlemstype innad i hvert lokallag.
- Lokallag koblet til medlemskategori. Antall medlemmer fra hvert lokallag i hver medlemskategori.
- Bakgrunnsvariablene kan si noe om antallet frilansere som har publisert artikler i de ulike periodene, og hvordan dette fordeler seg på kjønn, alder og geografi - samt medlemskategori.

- **Omfang:**

- Andel totalt materiale som er produsert av NJ-medlemmer.
- Omfang/andel materiale skrevet av frilansere - antall/prosent artikler og ord.
- Omfang frilansmateriale per stoffområde - artikler.

- Andel frilansmateriale per stoffområde - artikler.
- Omfang frilansmateriale per stoffområde - tegn.
- Andel frilansmateriale per stoffområde - tegn.
- Andel frilansmateriale per medietype - artikler.
- Andel frilansmateriale per medietype - artikler, ikke inkludert fotografer.
- Andel frilansmateriale per medietype - tegn.
- Andel frilansmateriale per medietype - tegn, ikke inkludert fotografer.
- Omfangsvariablene forteller oss om andelen av det totale materialet som er produsert av frilansere, omfang og andel frilansmateriale utgjør fordelt på ulike stoffområder og andel frilansmateriale innenfor ulike medietyper.
- **Type artikler:**
 - Artikler fordelt på intervaller etter lengde.
 - Frilansartikler fordelt på intervaller etter lengde.
 - Gjennomsnittlig lengde per stoffområde - alle medlemmer. Antall tegn.
 - Gjennomsnittlig lengde per stoffområde - frilansere. Antall tegn.
 - Gjennomsnittlig lengde per medietype - alle medlemmer. Antall tegn.
 - Gjennomsnittlig lengde per medietype - frilansere. Antall tegn.
 - Fordeling av frilansartikler opp mot alle artikler etter lengde.
 - Artikkelvariablene kan si noe om omfang av frilansproduksjonen innenfor ulike sjangere/stoffområder og ulike medietyper.
- **Oppdragsgivere:**
 - Antall frilansere fordelt over hvor mange forskjellige oppdragsgivere de har hatt i de respektive periodene.
 - Antall frilansere utenom fotografer fordelt over hvor mange forskjellige oppdragsgivere de har hatt i de respektive periodene.

- Frilansere fordelt etter hvor mange prosent av sakene de gir til den viktigste oppdragsgiveren sin.
- Oppdragsgivervariablene viser hvor mange forskjellige oppdragsgivere frilanserne har hatt i de ulike periodene, samt hvor stor andel av arbeidet som foregår for den viktigste oppdragsgiveren (i prosent).
- **Produktivitet:**
- Gjennomsnittlig antall artikler per frilanser som har publisert minst en artikkel i de respektive periodene, etter kjønn.
- Gjennomsnittlig antall artikler per frilanser som har publisert minst en artikkel i de respektive periodene, etter kjønn, ikke inkludert fotografer
- Gjennomsnittlig antall tegn per frilanser som har publisert minst en artikkel i de respektive periodene, etter kjønn.
- Gjennomsnittlig antall tegn per frilanser som har publisert minst en artikkel i de respektive periodene, etter kjønn, ikke inkludert fotografer
- Gjennomsnittlig antall artikler per frilanser som har publisert minst en artikkel i de respektive periodene, etter alder.
- Gjennomsnittlig antall artikler per frilanser som har publisert minst en artikkel i de respektive periodene, etter alder, ikke inkludert fotografer
- Gjennomsnittlig antall artikler per frilanser som har publisert minst en artikkel i de respektive periodene, etter lokallag.
- Gjennomsnittlig antall artikler per frilanser som har publisert minst en artikkel i de respektive periodene, etter lokallag, ikke inkludert fotografer
- Gjennomsnittlig antall tegn per frilanser som har publisert minst en artikkel i de respektive periodene, etter lokallag.
- Gjennomsnittlig antall tegn per frilanser som har publisert minst en artikkel i de respektive periodene, etter lokallag, ikke inkludert fotografer
- Gjennomsnittlig antall dager mellom hver publisering for frilansere, fordelt på intervaller.
- Gjennomsnittlig antall dager mellom hver publisering for frilansere utenom fotografer, fordelt på intervaller.
- Produktivitetsvariablene forteller noe om gjennomsnittlig produksjon for frilansere, brutt ned på variabler som kjønn, alder og geografisk plassering.

- Frilansere per publikasjon:
- Andel frilansmateriale, frilansere og kjønnsfordeling per publikasjon
Gir svar på andelen frilansprodusert materiale utgjør for hver enkelt publikasjon som er med i undersøkelsen.

Vedlegg 2: Mediene som inngår i undersøkelsen i alfabetisk rekkefølge

Navn	Medietype
A-magasinet	Nasjonalavis
ABC Nyheter	Nettmagasin
Adresseavisen	Regionsavis
Advokatbladet	Fagpresse
Aftenposten	Nasjonalavis
Aftenposten Innsikt	
Agder Flekkefjords Tidende	Lokalavis
Agderposten	Lokalavis
Akers Avis Groruddalen	Lokalavis
Akershus Amtstidende	Lokalavis
Altaposten	Lokalavis
Alvdal Midt i Væla	Lokalavis
Andøyposten	Lokalavis
Anleggsmaskinen	Fagpresse
Aperitif	Fagpresse
Apollon	Fagpresse
Appell	Fagpresse
Arbeidets Rett	Lokalavis
Arbeidsmanden	Fagpresse
Arendals Tidende	Lokalavis
Askøyværingen	Lokalavis
Aura Avis	Lokalavis
Aust Agder Blad	Lokalavis
Avisa Hemnes	Lokalavis
Avisa Hordaland	Lokalavis
Avisa Lofoten	Nettmagasin
Avisa Nordland	Lokalavis
Avisa Oslo	Lokalavis
Avisa Sør-Trøndelag	Lokalavis
Avvir	Lokalavis
BUSKAP	Fagpresse
Baker og Konditor	Fagpresse
Barnehagefolk	Fagpresse
Bergens Tidende	Regionsavis
Bergensavisen	Lokalavis
Bergensmagasinet	Lokalavis
Bilfag	Fagpresse
Billedkunst	Fagpresse
Bioingeniøren	Fagpresse
Birkenes Avis	Lokalavis
BirkenesAvisa	Lokalavis
Bladet	Lokalavis
Bladet Vesterålen	Lokalavis

Bodø Nu	Lokalavis
Bok 365	Fagpresse
Bok og Bibliotek	Fagpresse
Brann & Redning	Fagpresse
Brann & Sikkerhet	Fagpresse
Brønnøysunds Avis	Lokalavis
Budstikka	Lokalavis
Bygdanytt	Lokalavis
Bygdebladet	Lokalavis
Bygdebladet (Møre og Romsdal)	Lokalavis
Bygdeposten	Lokalavis
Byggeindustrien	Fagpresse
Byggfakta	Fagpresse
Byggmesteren	Fagpresse
Båtmagasinet	Fagpresse
Bø Blad	Lokalavis
Bømlo-nytt	Lokalavis
Dagens Næringsliv	Nasjonalavis
Dag og Tid	Nisjeavis
Dagbladet	Nasjonalavis
Dagen	Nasjonalavis
Dagligvarehandelen	Fagpresse
Dagsavisen	Nisjeavis
Dagsavisen Fremtiden	Lokalavis
Dagsavisen Moss Dagblad	Lokalavis
Dalane Tidende	Lokalavis
Demens & Alderspsykiatri	Fagpresse
Demokraten	Lokalavis
Den Norske tannlegeforenings Tidende	Fagpresse
Diabetes	Fagpresse
Diabetesfag	Fagpresse
Din Hørsel	Fagpresse
DinSide	Nettmagasin
Dine Penger	Fagpresse
Drammens Tidende	Lokalavis
Drangedalsposten	Lokalavis
Driva	Lokalavis
Dølen	Lokalavis
E24	Nettmagasin
Eidsvoll Ullensaker Blad	Lokalavis
Eikerbladet	Lokalavis
Elektronikk	Fagpresse
Enebakk Avis	Lokalavis
EnergiTeknikk	Fagpresse
Ergoterapeuten	Fagpresse

Fagbladet	Fagpresse
Faktisk	Nettmagasin
Fanaposten	Lokalavis
Finansavisen	Nisjeavis
Finnmark Dagblad	Lokalavis
Finnmarken	Lokalavis
Finnmarksposten	Lokalavis
Firda	Lokalavis
Firda Tidend	Lokalavis
Firdaposten	Lokalavis
Fiskeriavisen Kyst og Fjord	Fagpresse
Fiskeribladet	Nisjeavis
Fiskeribladet Fiskaren	Nisjeavis
Fjell og Vidde	Fagpresse
Fjell-Ljom	Lokalavis
Fjordabladet	Lokalavis
Fjordenes Tidende	Lokalavis
Fjordingen	Lokalavis
Fjuken	Lokalavis
Flatangernytt	Nettmagasin
Folkebladet	Lokalavis
Fontene	Fagpresse
Forskerforum	Fagpresse
Forskning	Nettmagasin
Fosna-Folket	Lokalavis
Framtid i Nord	Lokalavis
Fredriksstad Blad	Lokalavis
Fremover	Lokalavis
Fri Tanke	Fagpresse
Frolendingen	Lokalavis
Frostingen	Lokalavis
Fysioterapeuten	Fagpresse
Fædrelandsvennen	Regionsavis
Gartneryrket	Fagpresse
Gjengangeren	Lokalavis
Gjesdalbuen	Lokalavis
Gjøviks Blad	Nettmagasin
Glåmdalen	Lokalavis
Grannar	Lokalavis
Grenda	Lokalavis
Grimstad Adressetidende	Lokalavis
Groruddalen	Lokalavis
Gudbrandsdølen Dagningen	Lokalavis
Gull & Ur	Fagpresse
HK-Nytt	Fagpresse
Hadeland	Lokalavis

Halden Arbeiderblad	Lokalavis
Hallingdølen	Lokalavis
Hamar Arbeiderblad	Lokalavis
Hamar Dagblad	Lokalavis
Hammerfestingen	Lokalavis
HandikapNytt	Fagpresse
Hardanger Folkeblad	Lokalavis
Harstad Tidende	Lokalavis
Haugesunds Avis	Lokalavis
Helgelands Blad	Lokalavis
Helgelendingen	Lokalavis
Helsesekretæren	Fagpresse
Hestesport	Fagpresse
Hitra-Frøya	Lokalavis
Hold Pusten	Fagpresse
Hordaland	Lokalavis
Hordaland Folkeblad	Lokalavis
Hus & Bolig	Fagpresse
Iharstad	Nettmagasin
Inderøyningen	Lokalavis
Indre Akershus Blad	Lokalavis
Innherred	Lokalavis
Jarlsberg	Lokalavis
Journalen	Fagpresse
Jærbladet	Lokalavis
KUNST+	Fagpresse
Kanalen	Lokalavis
Karmoyntt	Lokalavis
Kirkenes By	Lokalavis
Kjøkkenskriveren	Fagpresse
Kjøttbransjen	Fagpresse
Klar Tale	Nisjeavis
Klassekampen	Nisjeavis
Kommunal Rapport	Fagpresse
Korsets Seier	Nisjeavis
Kragerø Blad Vestmar	Lokalavis
Kulingen	Lokalavis
Kvinnheringen	Lokalavis
LO Finans	Fagpresse
LO-Aktuelt	Fagpresse
Laagendalsposten	Lokalavis
Lierposten	Lokalavis
Lillesands-Posten	Lokalavis
Lindesnes	Lokalavis
Lindesnes Avis	Lokalavis
Lister (Farsunds Avis)	Lokalavis

Lister24	Lokalavis
Lofot-Tidende	Lokalavis
Lofotposten	Lokalavis
Lokalavisa NordSalten	Lokalavis
Lokalavisa Trysil-Engerdal	Lokalavis
Lokalavisen Geita	Nettmagasin
Lyngdals Avis	Lokalavis
Magasinet for fagorganiserte	Fagpresse
Magma	Fagpresse
Marsteinen	Lokalavis
Medier24	Nettmagasin
Medlemsbladet Parat	Fagpresse
Midtsiden	Nettmagasin
Minerva	Nisjeavis
MittLillestrøm	Nettmagasin
Mittjessheim	Nettmagasin
Mittkongsvinger	Nettmagasin
Morgenbladet	Nisjeavis
Moss Avis	Lokalavis
Musikkultur	Fagpresse
Møre	Lokalavis
Møre-Nytt	Lokalavis
NBS-Nytt	Fagpresse
NFF-magasinet	Fagpresse
NJF-magasinet	Fagpresse
NRK	Kringkasting
NTL-magasinet	Fagpresse
Namdalsavisa	Lokalavis
Nationen	Nisjeavis
Natur & Miljø	Fagpresse
Nea Radio	Kringkasting
Negotia magasin	Fagpresse
Nettavisen	Nasjonalavis
Nettverk	Fagpresse
Nidaros	Lokalavis
Norddalen	Lokalavis
Nordhordland	Lokalavis
Nordlys	Lokalavis
Nordre	Lokalavis
Nordstrands Blad	Lokalavis
Norge IDAG	Nisjeavis
Norsk Hagetidend	Fagpresse
Norsklæraren	Fagpresse
Ny Tid	Nisjeavis
Nye Troms	Lokalavis
Nyss	Lokalavis

Næringseiendom	Fagpresse
Opdalingen	Lokalavis
Opp	Nisjeavis
Opp/Opdalingen	Lokalavis
Oppland Arbeiderblad	Lokalavis
Optikeren	Fagpresse
Os og Fusaposten	Lokalavis
Pensjonisten	Fagpresse
Politiforum	Fagpresse
Porsgrunns Dagblad	Lokalavis
Porten	Nettmagasin
Posthornet	Fagpresse
Psykologisk	Nettmagasin
Rakkestad Avis	Lokalavis
Rana Blad	Lokalavis
Rana No	Lokalavis
Raumnes	Lokalavis
Ren Mat	Fagpresse
Ringerikes Blad	Lokalavis
Ringsaker Blad	Lokalavis
Rjukan Arbeiderblad	Lokalavis
Rogalands Avis	Lokalavis
Romerikes Blad	Lokalavis
Romsdals Budstikke	Lokalavis
Ruijan Kaiku	Nisjeavis
Ryfylke	Lokalavis
Røyken og Hurums Avis	Lokalavis
SKO	Fagpresse
SKOG	Fagpresse
SOL	Nettmagasin
Sagat	Lokalavis
Saltenposten	Lokalavis
Samningen	Lokalavis
Sande Avis	Lokalavis
Sandefjords Blad	Lokalavis
Sandnesposten	Lokalavis
Sarpsborg Arbeiderblad	Lokalavis
Seilas	Fagpresse
Seilmagasinet	Fagpresse
Selbyggen	Lokalavis
Setesdølen	Lokalavis
Skolelederen	Fagpresse
Smaalenenes Avis	Lokalavis
Snåsningen	Lokalavis
Snø & Ski	Fagpresse
Sogn Avis	Lokalavis

Solabladet	Lokalavis
Solungavisa	Lokalavis
Stangeavisa	Lokalavis
Stavanger Aftenblad	Regionsavis
Steinkjer-Avisa	Lokalavis
Steinkjer24	Lokalavis
Stjørdalens Blad	Lokalavis
Stjørdals-Nytt	Lokalavis
Stord24	Lokalavis
Storfjordnytt	Lokalavis
Strandbuen	Lokalavis
Strilen	Lokalavis
Subjekt	Nisjeavis
Suldalsposten	Lokalavis
Sunnhordland	Lokalavis
Sunnmørsposten	Lokalavis
Svalbardposten	Lokalavis
Svelviksposten	Lokalavis
Sydvesten	Lokalavis
Sykepleien	Fagpresse
Synste Møre	Lokalavis
Ságat	Nisjeavis
Sør-Varanger Avis	Lokalavis
TV2	Kringkasting
Ta del	Fagpresse
Tannstikka	Fagpresse
Teknisk Ukeblad	Fagpresse
Tekstilforum	Fagpresse
Telemarksavisa	Lokalavis
Telen	Lokalavis
Tidens Krav	Lokalavis
Tidsskrift for Den norske legeforening	Fagpresse
Totenidag	Nettmagasin
Totens Blad	Lokalavis
Trønder-Avisa	Lokalavis
Trønderbladet	Lokalavis
Tvedestrandsposten	Lokalavis
Tynsetingen	Lokalavis
Tysnes	Lokalavis
Tysnesbladet	Lokalavis
Tysvær Bygdeblad	Lokalavis
Tønsbergs Blad	Lokalavis
Utdanning	Fagpresse
Utrop	Nisjeavis
VG	Nasjonalavis

VVS Aktuelt	Fagpresse
Vaksdal Posten	Lokalavis
VaksdalPosten	Lokalavis
Valdres	Lokalavis
Varden	Lokalavis
Varingen	Lokalavis
Vennesla Tidende	Lokalavis
Vest-Telemark Blad	Lokalavis
VestNytt	Lokalavis
Vestby Avis	Lokalavis
Vesteraalens Avis	Lokalavis
Vesterålen Online	Lokalavis
Vestlandsnytt	Lokalavis
Vestnesavisa	Lokalavis
Vestnytt	Lokalavis
Vigga	Lokalavis
Vikebladet	Lokalavis
Vikebladet Vestposten	Lokalavis
Våre Veger	Fagpresse
Vårt Land	Nisjeavis
Vårt Oslo	Lokalavis
Yrkestrafikk	Fagpresse
Ytre Sogn Avis	Lokalavis
Ytringen	Lokalavis
enerWE	Nettmagasin
iFinnmark	Lokalavis
iSandnessjøen	Lokalavis
iTromsø	Lokalavis
park & anlegg	Fagpresse
Ávvir	Nisjeavis
Åndalsnes Avis	Lokalavis
Ås Avis	Lokalavis
Åsane Tidende	Lokalavis
Øksnes Avis	Lokalavis
Østhavet	Lokalavis
Østlandets Blad	Lokalavis
Østlands-Posten	Lokalavis
Østlendingen	Lokalavis
Øy-Blikk	Lokalavis
Øyene	Lokalavis
Øyposten	Lokalavis