

Intermezzo

Journalistieke platformen: wie profiteert?

Chris Aalberts en Maurits Kreijveld

Internet en sociale media hebben de journalistiek in een crisis gestort. Waar journalistieke media vroeger een monopolie hadden op het verstrekken van informatie, is er door internet een enorme hoeveelheid alternatieven gekomen. Burgers hoeven niet meer te betalen voor nieuws, maar kunnen het 24 uur per dag gratis krijgen. Het verdienmodel van de traditionele journalistiek staat dan ook onder druk: kranten en tijdschriften kampen met dalende oplages, titels verdwijnen of worden verkocht en journalisten raken hun baan kwijt. Tegelijk zijn er verschillende initiatieven op zoek naar nieuwe verdienmodellen zoals *De Correspondent*, *Blendle* en *TPO Magazine*.

Vroeger bood de journalistiek een betaalde baan met een vast contract. De nieuwe journalist is in de regel echter freelancer die tegen lage tarieven flexibel inzetbaar is voor verschillende titels. De freelancer moet meer dan ooit zijn eigen werk verkopen. Dit gaat echter steeds moeilijker doordat er steeds meer freelancers komen voor een steeds kleiner aantal

betalende media. Of dient zich een alternatief aan in de vorm van journalistieke platformen? Wat betekent dit alternatief voor de kwaliteit van de journalistiek?

Sinds enige tijd bestaan er verschillende platformen waar freelancers hun stukken kunnen verkopen aan individuele consumenten. Journalisten kunnen een eigen journalistiek kanaal beginnen bij TPO Magazine, waar consumenten zich voor een klein bedrag per maand op kunnen abonneren. De artikelen die freelancers via hun kanaal aanbieden, worden ook verkocht via onlinekiosken als Blendle en eLinea. Daar moeten ze echter wel opboksen tegen de artikelen van bekende kranten en tijdschriften. Net als appontwikkelaars in appstores, is het een uitdaging om als onbekende journalist op te vallen in het immense aanbod.

Het kenmerk van al deze diensten is dat ze consumenten in staat stellen flexibeler artikelen te lezen. Soms betaalt men alleen voor een bepaalde auteur, soms per artikel en soms een vast bedrag per maand. Consumenten krijgen zo meer keuze. Uitgeverijen, waarvan het verdienmodel onder druk staat, kunnen via deze weg nieuwe inkomsten verwerven. Maar de grootste vernieuwing is die voor freelancers: zij hebben geen ouderwetse redactie meer nodig om te publiceren, maar doen dat zelf. De platformen stellen hen in staat om direct bij de consument inkomsten te genereren.

Nieuwe uitdagingen

Dat brengt nieuwe uitdagingen met zich mee. Waar de traditionele journalist nauwelijks hoefde na te denken over de marktwaarde van zijn artikelen, zijn freelancers nu gedwongen met een marketingbril naar hun werk te kijken. De freelancer verdient pas als consumenten het artikel in een digitale kiosk aanklikken. Vooralsnog lijken vooral traditionele uitgevers en niet freelancers van deze journalistieke platformen te profiteren. Via Blendle en eLinea zijn vooral artikelen te lezen van traditionele uitgevers van kranten en tijdschriften. Artikelen van individuele freelancers vormen een zeer klein deel van het totale aanbod. Bovendien zijn de omzetten laag.

Op dit moment zou je zelfs kunnen zeggen dat deze platformen freelancers uitbuiten. De freelancers die voor traditionele mediatitels werken, profiteren niet mee van de extra inkomsten die uitgevers via de onlinekiosken krijgen. Het valt te verwachten dat er nog een hele juridische

strijd zal komen over de vraag of freelancers extra betaald moeten worden voor de openbaarmaking van hun werk via kiosken. Momenteel krijgen ze alleen inkomsten als ze hun stukken direct via de onlinekiosk aanbieden en dus niet eerst aan een ouderwetse mediumtitel verkopen. In de muziekindustrie zijn hiervoor de zogenoemde naburige rechten ontwikkeld. Over het administreren en verdelen van de inkomsten uit onlinegebruik en -verkopen is daar een jarenlange discussie gevoerd. De journalistiek loopt hierop dus behoorlijk achter.

Naarmate een individuele freelancer een bekender merk wordt, worden de kansen om geld te verdienen groter. De vraag is wanneer voor individuele freelancers het omslagpunt bereikt wordt waarop het financieel aantrekkelijker wordt om artikelen direct via een onlinekiosk aan te bieden in plaats van via een uitgeverij die ze vervolgens alsnog via dezelfde kiosk aanbiedt.

De vraag of journalistieke platformen commercieel rendabel kunnen zijn voor individuele freelancers, is vooral afhankelijk van hoe de platformen hun content publiceren. De platformen kunnen zich ontwikkelen tot een nieuw soort redacties die kwaliteitscontrole uitvoeren, maar het is ook mogelijk dit helemaal aan de gebruikers over te laten. Dit kan grote consequenties hebben voor de aangesloten freelancers.

Curatie van platformen

Hier openbaart zich het probleem van deze platformen: ze zijn vooral gericht op het verkrijgen van betalende lezers, maar voeren niet of nauwelijks beleid waarmee ze ook freelancers goed bedienen. Platformproviders hebben de uitdaging om beide kanten van hun platform goed te bedienen. Dat betekent freelancers de mogelijkheid geven zich te profileren, een fanbase op te bouwen en daar geld aan te verdienen, door eigen winkeltjes toe te laten, zoals we bij de appstores en crowdfundingplatformen zagen. Of door artikelen te rubriceren, kwaliteit te bewaken en consumenten op nieuwe dingen te wijzen. Kortom: curatie van het platform.

Op veel langere termijn zou wel eens een heel nieuwe situatie kunnen ontstaan. Als het aantal consumenten dat via onlinekiosken leest gaat groeien, zal het onderscheidend vermogen van traditionele mediumtitels afnemen omdat ze allemaal in dezelfde onlinekiosk te vinden zijn. Indivi-

duale auteurs worden dan belangrijker om een onderscheidend aanbod te krijgen. Auteurs zouden dan betaald kunnen krijgen door de kiosken om hun artikelen exclusief bij hen aan te leveren. Daarmee kunnen deze platformen zich onderscheiden van het generieke aanbod dat in alle kiosken verkrijgbaar is.

Lossen deze platformen de crisis in de journalistiek op? Op den duur misschien wel in financiële zin, maar in inhoudelijke zin is dit twijfelachtig. Ooit werd journalistiek vooral bedreven in grote bedrijven die aanzienlijke macht hadden. Met journalistieke platformen wordt journalistiek meer dan ooit een individuele professie. Dat heeft grote gevolgen voor de onafhankelijkheid van de journalistiek. Journalisten werden vroeger door hun mediaorganisatie beschermd tegen bijvoorbeeld rechtszaken van grote bedrijven, of ze kregen juridische ondersteuning om de overheid tot openbaarheid te dwingen. Dit valt allemaal weg nu journalisten steeds vaker eenpitters zijn. Ook kunnen journalisten zich steeds moeilijker voor lange tijd vastbijten in een bepaald onderwerp, omdat ze doorlopend moeten produceren om in hun levensonderhoud te voorzien. Of de journalistieke platformen betere journalistiek opleveren en goed zijn voor journalisten, staat dus nog maar te bezien.