

# Å DRIVE EGEN VIRKSOMHET

*Anders Graver Knudsen*

*I en tid hvor vilkårene i journalistikken stadig utvikler og endrer seg, blir det viktig for frilansere å mestre entreprenørskap og effektiv organisering av arbeidet. I dette kapittelet gjennomgår jeg ulike sider av hvordan frilansere organiserer og driver virksomheten sin, med vekt på eget enkeltpersonforetak (ENK), hvordan de skaffer seg oppdrag og oppdragsgivere, forvalter inntekter og driver frilansvirksomheten effektivt og forsvarlig. Jeg tar også for meg hvordan frilansere forhandler og prissetter på egne tjenester (knyttet til veiledende satser), noe som er avgjørende for økonomisk bærekraft og for å lykkes som frilanser. Jeg utforsker også strategier for å markedsføre seg selv.*

## Innledning

Noe som ofte løftes fram som det mest attraktive ved å jobbe selvstendig, er de entreprenørielle sidene av frilanstilværelsen (Mathisen, 2016). Begrepet entreprenør brukes ofte i litteraturen om frilansarbeid (se for eksempel Mathisen, 2016; Edström & Ladendorf, 2012), men kan ha ulike betyd-

ninger. I innovasjonslitteraturen viser det ofte til aktører som endrer etablerte praksiser og skaper fornyelse og innovasjon (Hovland, 2018). Om journalistikk brukes begrepet imidlertid ofte mer pragmatisk – om selvstendig næringsdrivende som må kombinere faglig arbeid med forretningsmessige ferdigheter. Det utelukker ikke at mange frilansere faktisk driver med innovasjon, for eksempel i form av publisistisk virksomhet. De senere årene er det blitt startet nisjepublikasjoner innenfor tematiske felt der det kan finnes etablerte medier fra før, men hvor entreprenørskapet handler om å skape nye formater og treffe et nytt publikum (Iversen, 2020, se for eksempel *Harvest*<sup>1</sup>, *Shifter*<sup>2</sup>, *Rettt24*<sup>3</sup>). I dette kapittelet og i denne boka legger vi følgende betydning til grunn når vi bruker entreprenørbegrepet: frilansere som selvstendige yrkesutøvere med ansvar for egen drift, inntekt og synlighet. Frilansjournalister kan i større grad enn fast ansatte jobbe med ett eller flere fagfelt de er interessert i, jobbe for ulike typer arbeidsgivere, jobbe når og hvor de vil, og styre omfanget av virksomheten de driver. Samtidig er det en ganske utsatt tilværelse, preget av stor konkurranse om oppdragene i en mediebransje som tidvis er økonomisk ustabil og i stadig endring. En annen utfordring er at frilansmarkedet er preget av en ubalanse mellom tilbud og etterspørsel, noe som gjør det vanskelig for journalister å forhandle bedre betingelser. Dermed blir det et kjøpers marked hvor etterspørselen fra oppdragsgivere er bestemmende for prisene (Norbäck, 2021, s. 790).

På papiret er entreprenørskapet til frilansjournalister likt entreprenørskapet til alle andre som driver for seg selv eller starter opp en virksomhet innenfor et marked eller en bransje. De står ansvarlig for egen drift og konkurrerer på et åpent marked mot andre tilbydere av de samme tjenestene. Men i motsetning til en snekker eller rørlegger står frilansjournalistene i et spenn mellom børs og katedral (Ottosen, 2004). De jobber innenfor en profesjon med til dels strenge normer og etiske regler, knyttet til et selvpålagt og tydelig uttrykt samfunnsoppdrag som stiller krav til integritet, uavhengighet og transparens (Lindholm, 2022, s. 67). Dette gjør at frilansjournalister har en tosidighet innbakt i virksomheten sin. For å overleve i et trangt marked må frilanserne skrive salgbare saker som fenger både vaktsejfer og publikum, og mange må også påta seg oppdrag utenfor journalistikken for å skaffe nok inntekt (Obermaier & Koch, 2015). De må tenke

---

1 <https://www.harvestmagazine.no>

2 <https://www.shifter.no>

3 <https://rett24.no>

på den økonomiske siden, gjennom å ha nok oppdragsgivere, ta på seg ulike typer oppdrag og generelt benytte seg av de mulighetene som dukker opp. Samtidig må de også ha et gjennomtenkt forhold til hva slags type oppdrag de tar både innenfor og utenfor journalistikken, slik at de unngår sammenblanding av roller, taper tillit eller får integriteten trukket i tvil (se også kapittel 5, Mathisen).

I dette kapittelet vil jeg ta for meg hvordan frilansere håndterer entreprenørskapet sitt, og se på ulike sider av det å drive for seg selv. Kapittelet skal svare på problemstillingen *Hvordan organiserer frilanserne virksomheten sin, og hvilke strategier og teknikker bruker de for å lykkes som frilansere?* Basert på empiri fra arbeidskårundersøkelsene 2019 og 2024 vil jeg utforske rammeverket for driften til frilanserne, oppdrag og forholdet til oppdragsgivere, prissetting, kompetansebygging og det å markedsføre seg selv (for nærmere beskrivelse og diskusjon av data og metode, se kapittel 2, Knudsen & Mathisen).

Å være frilansjournalist gir frihet til å jobbe med det man brenner for, men et tøft jobbmarked gjør at det også krever disiplin og selvledelse. Frilansere må sette seg både kortsiktige og langsiktige mål for å drive virksomheten godt, samtidig som de må sørge for å ha en balanse mellom arbeid og fritid for å ivareta seg selv (se også kapittel 4, Knudsen).

## Organisasjonsform og rammeverk for driften

Frilansjournalister kan velge ulike organisasjonsformer og være selvstendig næringsdrivende med enkeltpersonforetak, ha et aksjeselskap eller være lønnsinntaker. Enkeltpersonforetak (ENK) er den mest vanlige organisasjonsformen blant norske frilansere. Arbeidskårundersøkelsen 2024 viser at 60 prosent har ENK, ti prosent har et aksjeselskap, ti prosent er lønnsinntakere og 15 prosent kombinerer ulike organisasjonsformer. Selv om ENK er den dominerende organisasjonsformen for frilansjournalister, er valget mellom å etablere et ENK eller et aksjeselskap (AS) viktig, siden selskapsformene har ulike fordeler og ulemper, spesielt når det gjelder risiko og ansvar.

Enkeltpersonforetak er en av de enkleste måtene å starte egen bedrift på.<sup>4</sup> Organisasjonsformen gir en stor grad av frihet i måten frilanseren dri-

---

<sup>4</sup> <https://info.altinn.no/starte-og-drive/starte/valg-av-organisasjonsform/enkeltpersonforetak>

ver virksomheten sin på, men den innebærer også en grad av risiko siden man står personlig ansvarlig for økonomien. I et enkeltpersonforetak er personen og foretaket juridisk sett én enhet, noe som betyr at frilanseren er personlig ansvarlig for all gjeld og forpliktelser knyttet til virksomheten (Eide, 2024, s. 93). Hvis man pådrar seg økonomiske krav, kan personlige eiendeler, som bolig, bil eller fotoutstyr, bli brukt til å dekke gjelden. Et aksjeselskap, derimot, er en egen juridisk enhet. Skulle ting gå helt galt, risikerer eieren ikke at privatøkonomien får svi, slik man gjør som ENK. Her er ansvaret begrenset til aksjekapitalen som er skutt inn, som minimum er 30 000 kroner, og kreditorer kan kun gjøre krav på selskapets eiendeler.<sup>5</sup>

Trygderettigheter og sosiale goder varierer også mellom de to selskapsformene. Som innehaver av et ENK regnes ikke frilanseren som ansatt og har derfor begrensede rettigheter. Et eksempel er at det kun er 80 prosent sykepengedekning fra dag 17 ved sykdom. Frilanseren har heller ikke rett på dagpenger ved arbeidsledighet, med mindre hun eller han tegner frivillige forsikringer gjennom NAV (Eide, 2024, s. 117). I et AS kan man derimot ansette seg selv og opparbeide seg rettigheter til dagpenger ved arbeidsledighet og pensjon på lik linje med andre ansatte.

På den administrative siden er ENK enklere og rimeligere å starte opp, uten krav til aksjekapital og med færre formelle krav. Et AS har strengere regler for regnskap, rapportering og formelle organer som styre og generalforsamling, noe som øker både kostnadene og arbeidsmengden. Pål Stavrum, som driver nettstedet miniforetak.no, beskriver hovedforskjellen som at «ENK passer hvis man har en næringsvirksomhet uten store investeringer og liten personlig risiko der hensikten er å skaffe et levebrød til seg selv. Et AS passer bedre hvis man står foran store investeringer, tar høy risiko og har planer om å vokse.»<sup>6</sup> De fleste frilansjournalister havner naturlig i den første kategorien, noe som gjenspeiles i at majoriteten velger denne organisasjonsformen.

At ENK er den mest utbredte organisasjonsformen blant norske frilansjournalister, innebærer at de fleste ikke har et skille mellom næringsvirksomheten og personlig økonomi. Frilanseren ER bokstavelig talt sin egen bedrift. Det betyr at det er lurt å holde god orden på økonomien og sikre seg på ulike måter mot uforutsette hendelser og perioder med oppdragstørke

---

5 [https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1997-06-13-44/KAPITTEL\\_3#KAPITTEL\\_3](https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1997-06-13-44/KAPITTEL_3#KAPITTEL_3)

6 <https://miniforetak.no/selskapsform>

eller inntektssvingninger. En enkel måte å holde kontroll over økonomien på er sette opp et budsjett og føre løpende regnskap som gir oversikt over faste utgifter. Dette gir oversikt over hva frilanseren trenger av inntekter for å få virksomheten til å gå rundt. Kalenderverktøy og oppgavelister kan være gode verktøy for å holde oversikt over deadlines og andre oppgaver. Og det er viktig for frilansere å holde kontroll på skattemeldingen. Man er selv ansvarlig for å beregne og betale egen skatt, noe som kan være komplisert uten tilstrekkelig kunnskap. Med ENK er det vanlig å fakturere for oppdragene frilanseren utfører. Men frilansere kan oppleve at betalingen fra kunder kan være forsinket, og det kan være utfordrende å følge opp ubetalte fakturaer og sikre at alle kunder betaler til riktig tid. Det kan derfor være lurt å bruke en regnskapsfører for å sikre at økonomien er godt ivaretatt.

## Oppdrag og oppdragsgivere

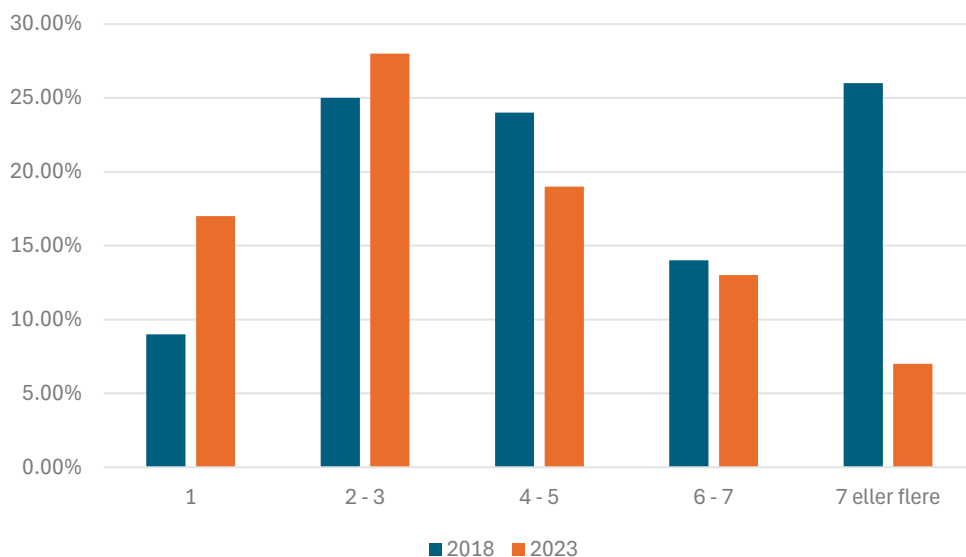
NJs definisjon av en frilansjournalist vektlegger at vedkommende normalt har flere oppdragsgivere, ofte samtidig (se også kapittel 1, Mathisen & Knudsen).<sup>7</sup> Journalisten er altså ikke i vikariater eller jobber som tilkallingsvikar. I realiteten har mange frilansere ulike former for avtaler og tilknytninger med ulike oppdragsgivere og mediehus, og noen veksler kanskje mellom vikariat, engasjement og frilansing. Uavhengig av hvilke former for avtaler frilanseren inngår og type oppdrag hen tar, er det viktig å ha flere ben å stå på. Derfor må frilansere forsøke å ha et mangfold av inntektskilder, flere ulike oppdragsgivere og ulike typer oppdrag for å redusere risikoen og gjøre seg mindre sårbare (Marín-Sanchiz et al., 2023, s. 462).

I arbeidskårundersøkelsene spurte vi frilanserne om hvilke avtaler de i hovedsak jobber innenfor. Nesten halvparten tar stort sett enkeltstående oppdrag for faste oppdragsgivere. Det er også en betydelig gruppe på 15 prosent som stort sett tar enkeltstående oppdrag uten å ha faste oppdragsgivere. Det vil si at den store majoriteten jobber i tråd med den definisjonen av frilanser som er beskrevet kapittel 1 (Mathisen & Knudsen). Det er også noen som jobber med faste avtaler om leveringsomfang, som tilkallingsvikarer, eller har korttidskontrakter eller lengre vikariater.

Både i 2019 og 2024 spurte vi om hvor mange oppdragsgivere intervjubjektene hadde jobbet for året før (altså i henholdsvis 2018 og 2023).

---

7 <https://www.nj.no/vare-lag/nj-frilans/hva-er-en-frilanser>



Figur 3.1: Antall oppdragsgivere frilansere jobbet for i 2018 og 2023.

Selv om de fleste har en sammensatt portefølje av oppdragsgivere (medianen i 2024-undersøkelsen var mellom tre og fire oppdragsgivere), var det likevel en av fem som kun hadde én oppdragsgiver i 2023. Dette er flere enn for fem år siden, da bare en av ti var avhengig av én enkelt oppdragsgiver. I den andre enden av skalaen er det nesten tilsvarende mange som hadde sju eller flere oppdragsgivere i 2024-undersøkelsen. Her er det en nedgang sammenliknet med 2019, da omtrent en tredjedel hadde sju oppdragsgivere eller flere. Selv om hovedinntrykket er at antallet oppdragsgiverne man jobber for, holder seg relativt stabilt, har det altså skjedd et skifte der frilansjournalistene er blitt mer avhengige av en eller noen få oppdragsgivere. Vesentlig færre har også et stort mangfold av oppdragsgivere. Det er en utvikling som peker mot økt sårbarhet. Selv om de fleste norske frilansjournalister har flere ulike oppdragsgivere, viser Norbäck (2022, s. 1146–1147) at dette i Sverige har blitt stadig vanskeligere å opprettholde i et marked preget av økende konkurranse og økonomisk press. Når mange frilansjournalister nå er avhengige av én eller få oppdragsgivere, øker risikoen for økonomisk usikkerhet og redusert autonomi for den enkelte frilanser (Van Leuven et al., 2021).

Selv om frilansjournalister ofte møter utfordringer med å opprettholde inntektsstabilitet, verdsetter mange fleksibiliteten og autonomien som arbeidsformen gir. Dette skaper en krevende balanse mellom frihet og avhengighet, hvor stabile relasjoner til et fast utvalg av oppdragsgivere blir en viktig strategi for kontinuitet og forutsigbarhet i arbeidet (Gollmitzer, 2020, s. 11). De fleste norske frilansjournalister klarer denne balansen veldig godt og har et ganske stabilt forhold til sine oppdragsgivere. I 2024 oppgir ni av ti at de holder seg med et fast utvalg av oppdragsgivere. Dette er en økning sammenliknet med 2019 (da svarte åtte av ti ja på dette). Det tyder på at de aller fleste frilansere er gode på å pleie relasjonene de har til oppdragsgiverne, og at oppdragsgiverne sannsynligvis er fornøyd med den jobben de gjør. Utviklingen reflekterer at frilansjournalister i økende grad søker stabile arbeidsforhold i et yrkesliv preget av usikkerhet og midlertidighet (Steensen & Kalsnes, 2020).

Samtidig er det viktig for mange frilansere å hele tiden søke nye muligheter. På spørsmål om de hadde skaffet seg nye oppdragsgivere i 2023, svarte over halvparten ja. De fleste av disse hadde skaffet seg én ny. Men også her er det en tydelig nedgang i andelen som skaffet seg nye oppdragsgivere, sammenliknet med fem år tidligere. Da var det bare en tredjedel som ikke hadde gjort dette. Det kan dermed virke som om det har blitt mer krevende å skaffe nye oppdragsgivere, og at arbeidsmarkedet for journalister har blitt stadig mer vanskelig (Steensen & Kalsnes, 2020, s. 1). At frilansere også har færre oppdragsgivere i den siste undersøkelsen, gjør dem mindre varierte i oppdragsgrunnlaget og mer sårbare enn før.

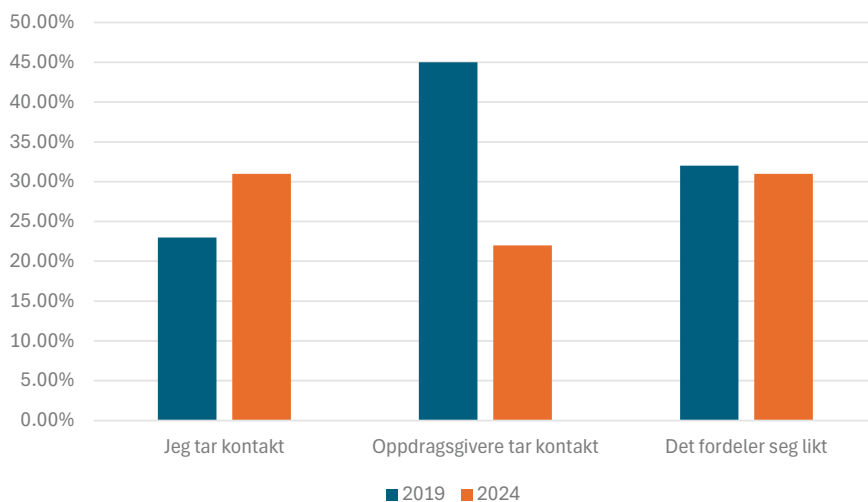
Frilansere må bruke tid på nettverksbygging og kontakt for å opprettholde relasjoner og skape nye. Forholdet til oppdragsgivere kan være sårbart, siden de ofte er basert på personlig kjennskap og kontakt. Redaktører og reportasjeledere en frilanser har bygd relasjoner med, kan bytte stilling eller forlate bransjen (Norbäck, 2022, s. 1147), og dermed risikerer man å miste kontakt med oppdragsgiveren. Selv om langvarige relasjoner med oppdragsgivere reduserer sårbarheten (Marín-Sanchiz et al., 2023, s. 462), viser Norbäck (2022, s. 1153) at mange frilansere sliter med å skape progresjon i karrierene sine. De må bruke tid og krefter på å vedlikeholde eksisterende relasjoner og skaffe nye oppdragsgivere, og de står utenfor redaksjonshierarkiet og kan dermed ikke avansere innenfor en redaksjonell organisasjon slik en ansatt på innsiden kan.

## Må jobbe hardere for å skaffe seg oppdrag

Relasjonene og antall oppdragsgivere kan kobles til hvordan tilgangen på oppdrag oppleves. I 2024 oppga en av fem at de alltid hadde mer enn nok å gjøre, mens en annen femtedel opplevde at tilgangen på oppdrag var akkurat passe. Med andre ord er det litt under halvparten av respondentene som er fornøyd med tilgangen på oppdrag og har nok å gjøre. En fjerdedel hadde stort sett nok til å fylle arbeidsuka, men opplevde av og til stille perioder. Denne gruppa klarer seg sannsynligvis stort sett greit, men har til tider et ustabil arbeidsliv. For en tredjedel var det vanskelig å få nok oppdrag, eller det var helt dødt. Igjen ser vi at det er en dreining mot tøffere tider. I 2019 oppga en fjerdedel av frilansjournalistene at de slet med å skaffe nok oppdrag. Det var også en høyere andel som alltid hadde mer enn nok å gjøre i 2019, enn i 2024. Disse funnene samsvarer med studien til Marín-Sanchiz et al. (2023), som viser at lav stabilitet og usikker tilgang på oppdrag preger tilværelsen for frilansjournalister, der man er helt avhengig av oppdragsgivernes prioriteringer.

Både i 2019 og 2024 ble frilanserne spurt om hvordan de kommer i kontakt med nye oppdragsgivere. Her er bildet ganske sammensatt. For noen er dette ikke relevant, enten fordi de har etablerte, stabile avtaler som samlet gir dem nok å gjøre, eller har andre grunner til å ikke søke nye oppdragsgivere. I Arbeidskårsundersøkelsen 2024 er det likt fordelt mellom de som vanligvis tar kontakt selv, og de som opplever at det fordeler seg ganske likt mellom at de selv tar kontakt eller oppdragsgiver tar kontakt (31 prosent på hver). En relativt stor andel på rundt en fjerdedel opplever at det vanligvis er oppdragsgivere som tar kontakt med dem. Det var likevel langt færre som opplevde at det i hovedsak er oppdragsgivere som tok kontakt i 2024, enn det var i 2019 (prosentandelen er nesten halvert). Det er også en høyere andel som selv må ta kontakt, enn det var tidligere. Dette er ytterligere en indikasjon på at markedet har blitt strammere de siste årene, og at frilansere i større grad enn før må bruke tid på å oppsøke redaksjoner, selge seg inn og pitsje saker (altså lage presise og målrettede innslag). Det å kunne skape og utvikle ideer er en viktig kompetanse for frilansere, og blir det i økende grad (se også kapittel 6, Olsen).

Samtidig gir frilanserne uttrykk for at de har relativt stor autonomi over sakene de lager. Nesten halvparten oppgir at de vanligvis baserer arbeidet sitt på egne ideer eller eget initiativ, mens kun en av fem vanligvis jobber



Figur 3.2: Hvordan kommer du i kontakt med nye oppdragsgivere?

med det oppdragsgiver ber dem om. Arbeidskårundersøkelsen 2024 viser en oppgang i andelen som jobber med egne ideer og initiativ, sammenliknet med 2019 (da var det i overkant av en fjerdedel som vanligvis gjorde dette). Økningen i at frilansere selv tar kontakt, kombinert med at flere oppgir at oppdragene i stor grad er basert på eget initiativ, henger nok ganske godt sammen. Det tegner et bilde av at frilansere i større grad enn før må selge inn saker eller ideer til redaksjonene, og i mindre grad blir bedt av redaksjonene om å lage spesifikke saker. Mange frilansere framhever muligheten til å velge saker de finner meningsfulle, og forfølge dem uten de samme begrensningene som fast ansatte journalister ofte opplever (Van Leuven et al., 2021, s. 1209). Samtidig kan denne autonomien begrenses av økonomisk press og oppdragsgivernes krav, noe som kan redusere det journalistiske handlingsrommet.

## Et honorar som skal dekke mye

I utgangspunktet er det tydelig skjevhet i maktforholdet mellom frilansjournalister og deres oppdragsgivere (Flatøy, 2023). De må ofte balansere mellom kravene til entreprenørskap og ønsket om å opprettholde sin jour-

nalistiske integritet. Denne balansen gjør at oppdragsgiverne ofte kan diktere vilkårene, mens frilanserne selv må tilpasse seg for å sikre stabil inntekt og kontinuerlige oppdrag (Gollmitzer, 2020, s. 11). Denne skjevheten kan gjøre det vanskelig å forhandle om pris. Siden mange har faste oppdragsgivere de jobber for, er dette relasjoner det er viktig for frilanseren å pleie for å sikre videre samarbeid. Gitt det skjeve maktforholdet kan det for eksempel være vanskelig å stille krav om bedre betaling eller forhandle om bedre vilkår. Det kan også være vanskelig å kreve rettigheter man har, som for eksempel retten til rimelig vederlag, hvis noen bruker frilanserens materiale uten avtale (se også kapittel 7, Hovlid). En frilanser vil alltid kunne risikere at faste oppdragsgivere finner seg noen andre hvis hun eller han oppfattes som urimelig eller kravstor (Rick & Hanitzsch, 2024, s. 110).

Uansett hvor mange oppdragsgivere en frilanser har, og i hvilken grad og hvordan en frilanser skaffer seg nye oppdragsgivere, er det viktig å lage klare avtaler og kontrakter som dekker viktige aspekter som betaling, opphavsrett og leveringsfrister (se også kapittel 7, Hovlid). For å styrke sin forhandlingsposisjon bør frilansere spre inntektskildene sine ved å skaffe flere oppdragsgivere, bygge profesjonelle nettverk og være bevisst på egne arbeidsvilkår. Systematisk oppfølging av kontrakter og honorarer kan også bidra til mer stabile inntekter og bedre arbeidsbetingelser (Flatøy, 2023, s. 146).

Frilanstilværelsen skiller seg vesentlig fra fast ansettelse når det gjelder økonomisk forutsigbarhet og struktur. Uten en fast månedlig inntekt blir det utfordrende å budsjettere og planlegge økonomien på lang sikt, siden inntektene kan variere betydelig fra måned til måned avhengig av arbeidsmengden og antall oppdrag. I tillegg innebærer det å være selvstendig næringsdrivende at det ikke finnes garantier for stabiliteten i forholdet til oppdragsgivere eller oppdragsmengde (Norbäck, 2023). Dette betyr at timeprisen eller honoraret en frilanser tar, ikke bare må dekke arbeidstid, men også inkludere utgifter til feriepenger, sykeforsikring, pensjon og perioder med lavere inntekt.

En vanlig arbeidstakers lønn består ofte av flere elementer, som kan variere avhengig av type arbeidsavtale og bransjen man jobber for. De fleste arbeidsavtaler inneholder grunnlønn og variable tillegg som overtid-, skift- eller turnustillegg. Pensjonsinnskudd og feriepenger er også en del av lønna. Ved sykdom mottar arbeidstakeren sykepenger, som ofte dekkes av arbeidsgiver de første 16 dagene før NAV overtar. Alt dette regu-

leres av arbeidsavtaler, arbeidsmiljøloven og eventuelle tariffavtaler.<sup>8</sup> For en frilanser gjelder ingenting av dette. Skal en frilanser oppnå samme sikkerhetsnett som en fast ansatt, må honoraret og inntekten dekke flere av de utgiftene og ytelsene som en arbeidsgiver vanligvis tar seg av.

Derfor må frilansere sette honoraret sitt betydelig høyere enn en tilsvarende timelønn for en ansatt. NJ opererer nå med anbefalte minstesatser for frilansere og frilansoppdrag. Utgangspunktet for satsene er at frilanshonoraret skal avtales med utgangspunkt i lønnsnivået for de redaksjonelt ansatte hos oppdragsgiveren og dekke frilanserens driftskostnader. I tillegg kan det komme påslag knyttet til kvalitet, aktualitet og bruk av stoffet.<sup>9</sup> Arbeid som krever grundig research, omfattende kildearbeid eller teknisk spesialisering, mener NJ bør prises høyere enn enklere oppdrag. I tillegg kan format og distribusjonsplattform påvirke prissettingen, særlig dersom oppdragsgiver gjenbraker arbeidet på flere plattformer. Prissettingen skal ifølge minstesatsene også ta hensyn til frilanserens totale kostnader. Utgifter til pensjon, sykeforsikring, feriepenger og utstyr bør inkluderes i time- eller stykkprisen. NJ anbefaler derfor å legge til et påslag på 30–50 prosent for å dekke opp for dette. Samtidig anbefaler NJ at den enkelte frilanser bør tilpasse prisen sin etter egen erfaring, spesialkompetanse og kundens lønnsnivå. Her spiller det inn at norske frilansere gjennomgående både er høyt utdannet og har lang erfaring (se også kapittel 2, Knudsen & Mathisen). Det er også ofte store forskjeller på lønnsnivået mellom lokalmedier og riksmidier. Dette betyr at frilanseren må ha et ganske bevisst forhold til lønnsnivået hos oppdragsgiverne, samtidig som hen må forholde seg til egen ansiennitet. I møte med oppdragsgivere må frilanseren derfor framheve egen erfaring, kompetanse og spesialkunnskap.

## Utfordringer med faglig oppdatering

Det norske arbeidslivet er preget av omveltning og behov for omstilling, gitt de store strukturelle og teknologiske endringene som påvirker alle deler av samfunnet (Alsos et al., 2022). Kompetansebehovet øker dermed i de fleste delene av arbeidslivet (Reegård, 2022). Et begrep som livslang læring brukes til å beskrive et arbeidsliv der man aldri er ferdig utlært, og

---

8 <https://www.arbeidstilsynet.no/lonn-og-ansettelse/lonn>

9 <https://www.nj.no/vare-lag/nj-frilans/din-okonomi/minstesatser-for-frilansere>

der arbeidstakere og yrkesaktive må tilbys kurs og utdanningsmuligheter for å kunne ha relevant kunnskap og relevante ferdigheter.<sup>10</sup> Økt behov for omstilling i arbeidslivet gjør at journalister, og særlig frilansere, må ta ansvar for egen kompetanseutvikling. Profesjonalisering kan skje gjennom spesialisering og økt faglig kontroll, og her gir frilansjournalistikken frihet til å velge oppdrag og arbeidsform og dermed en faglig uavhengighet (Knudsen & Mathisen, 2020, s. 153).

Når frilansere i Arbeidskårsundersøkelsen 2024 blir spurt om de har deltatt på kurs eller kompetanseheving de siste tre årene, svarer 53 prosent nei. Resten har som regel deltatt på ulike kurs eller kompetansehevingstiltak i regi av bransjeordninger som Fri STUP, Institutt for journalistikk (IJ), NJ Frilans eller NJ. Ti prosent har gjort dette i regi av andre. Vi ser altså at majoriteten ikke aktivt deltar eller bruker tid og penger på å holde seg faglig oppdatert gjennom formelle kurs og kompetansetiltak i regi av bransjeaktører eller bransjeorganisasjoner. En forklaring kan være tid og ressurser. Når frilanserne i Arbeidskårsundersøkelsen 2024 blir spurt om i hvilken grad de har tid og ressurser til holde seg faglig oppdatert på det feltet de jobber med, svarer bare fem prosent i veldig stor grad, mens litt under en av fem svarer i stor grad. Nesten halvparten klarer å holde seg oppdatert i noen grad. Over en fjerdedel klarer enten ikke i det hele tatt eller i liten grad å holde seg faglig oppdatert. Sammenlikner vi med fem år tilbake, er det litt flere som klarer å holde seg noenlunde oppdatert faglig. Selv om en del frilansere har en viss kapasitet til faglig oppdatering, er det tydelig at tid og ressurser er en utfordring for mange.

At mange frilansjournalister har begrenset tid og ressurser til faglig oppdatering, kan ha både kortsiktige og langsiktige konsekvenser. Hvis stadig flere oppdrag stiller krav til visse nye typer kompetanse eller ferdigheter, kan en frilanser som ikke driver med kompetansebygging, fort bli akterutseilt og dermed bli mindre attraktive for redaktørene. Frilansere som ikke har tid eller ressurser til å holde seg faglig oppdatert, risikerer å falle bak utviklingen i både journalistiske verktøy, metoder og teknologi. I en tid da særlig de teknologiske endringene går ekstremt fort, kan dette være ganske sårbart. Oppdatert kompetanse kan også være et argument når frilansere forhandler om honorarer, og oppdragsgivere kan være min-

---

<sup>10</sup> <https://arbinn.nho.no/arbeidsliv/kompetanse/kompetanseutvikling/ord-og-uttrykk-om-kompetanse/livslang-laring>

dre villige til å betale for journalister som ikke holder seg oppdatert med utviklingen i bransjen.

I mediebransjen har rask teknologisk utvikling endret måten journalistikk produseres og konsumeres på (Bjerke et al., 2019, s. 14). Journalister må beherske digitale verktøy, sosiale medier og multimediefortellinger samtidig som KI endrer journalistiske arbeidsmetoder og produksjonsprosesser. For å imøtekomme dette må journalister være dyktige på nye formater og ny teknologi. For mange fast ansatte journalister vil kravene til omstilling og kompetanseheving bli løst av at arbeidsgiveren tilbyr å betale for kurs eller tilrettelegge for etter- eller videreutdanning. En frilanser må sørge for dette på egen hånd. Samtidig har mediebransjen endret hvem de rekrutterer – stadig flere stillinger krever ikke bare journalistisk kompetanse, men også spesialisering i datajournalistikk, sosiale medier og digital historiefortelling (Steensen & Kalsnes, 2020, s. 3). De fleste frilansere må forholde seg til endringene som skjer, og holde seg oppdatert på bransjeendringer og teknologi ved for eksempel å ta relevante kurs. Samtidig kan kurs og kompetansebygging være både dyrt og tidkrevende, og frilanseren må som regel bekoste dette selv. I den nyliberalistiske dreiningen av arbeidslivet har ansvaret for kompetanseutvikling blitt flyttet fra arbeidsgiver til den enkelte frilanser, som må være «entreprenørielle, tilpasningsdyktige og fleksible, samt villige til å investere i kontinuerlig oppdatering av sine profesjonelle ferdigheter» (Norbäck, 2023, s. 797). Kostnader og tid knyttet til kurs og kompetansebygging blir dermed frilanserens eget ansvar. Men frilansere som opprettholder sterke faglige nettverk og deltar i profesjonelle fellesskap, har bedre mulighet til å påvirke sine arbeidsbetingelser og styrke sin posisjon i bransjen (Flatøy, 2023, s. 146).

Selv om mange frilansere oppgir at de sliter med å finne relevante tilbud, finnes det et ganske bredt spekter av kurstilbud og muligheter for kompetanseheving for journalister. Både NJ, NJ Frilans og Institutt for journalistikk (IJ) tilbyr kurs av ulikt omfang for journalister. IJ ble opprettet av Norsk Journalistlag (NJ), Norsk Redaktørforening (NR) og Mediebedriftenes Landsforening (MBL) og er kompetansesenteret til norske medier.<sup>11</sup> Norsk Journalistlag har en avtale med IJ om at det i snitt skal være 10 prosent frilansere på alle kurs IJ arrangerer. I tillegg finnes det muligheter for å ta ulike etter- eller videreutdanninger som kan være relevante for journalister, på mange norske høyskoler og universiteter.

---

<sup>11</sup> <https://www.ij.no/om-ij>

## Å markedsføre seg selv

Å markedsføre seg selv og bli en synlig frilanser er et råd til frilansjournalister som ønsker å etablere en karriere i en konkurranseutsatt bransje der det er mange om beinet (Eide, 2024, s. 118). Frilansere må bygge seg opp et faglig omdømme og gjøre seg kjent og/eller skille seg ut gjennom å levere gode og kreative journalistiske produkter over tid. Hva et slikt omdømme kan bestå av, er nok relativt individuelt, avhengig av hvilken del av journalistikken frilanseren ønsker å jobbe innenfor, hva slags kompetanse hen har, og hva som oppleves som attraktivt hos oppdragsgivere. Men å kunne vise fram egen kompetanse, ha en egen stemme eller stil samtidig som man framstår som troverdig og profesjonell når vilkår og pris forhandles, kan være et sted å starte.

Mange frilansere har en profesjonell portefølje enten gjennom en egen nettside eller en plattform som Contently, som gir mulighet til å presentere tidligere arbeider på en systematisk og oversiktlig måte. Porteføljen bør inneholde et variert utvalg av journalistiske produkter for å vise både bredde og kvalitet enten det gjelder reportasjer, nyhetsartikler, feature eller dokumentar. En slik portefølje er lett å distribuere og vise fram til nye, potensielle oppdragsgivere.

Kompetanseutvikling er en sentral del av omdømmebyggingen. Det samme gjør evnen til å utvikle gode pitsjer. En god pitsj bør tydelig forklare hvorfor et tema er relevant, hva som gjør tilnærmingen unik eller interessant, og hvilken verdi arbeidet kan tilføre den som kjøper det (Eide, 2024, s. 37). Sosiale medier være nyttige plattformer for å vise fram arbeid, bygge nettverk og skape synlighet. Disse kanalene gir også mulighet for å delta i faglige diskusjoner og bygge nettverk. Frilanseren bør også ha evnen til å ha en god og åpen dialog med redaktører og vaksjefer. Siden omdømmet bokstavelig talt er personlig, vil pålitelighet og evnen til å levere innen avtalte frister være nødvendig for å bygge tillit hos oppdragsgivere. Bevissthet rundt opphavsrett er også en del av egen markedsføring (se også kapittel 7, Hovlid). Å forstå og beskytte egne rettigheter sikrer kontroll over eget arbeid og kan være viktig kunnskap når frilanseren skal forhandle fram avtaler og inngå kontrakter.

Gjennom systematisk arbeid med portefølje, kompetanseheving, god kommunikasjon og relasjonsbygging med oppdragsgiver og forståelse for opphavsrett kan frilansjournalister styrke sin egen posisjon og legge et grunnlag for en stabil og varig karriere.

## Oppsummering

Frilanstilværelsen som journalist er en balansegang mellom frihet og usikkerhet, der entreprenørskap er en avgjørende ferdighet for å lykkes. Gjennom dette kapitlet har vi sett hvordan frilansjournalister må navigere i et komplekst arbeidsmarked, der de både produserer journalistisk innhold og håndtere økonomi, markedsføring og relasjonsbygging med oppdragsgivere. Entreprenørskap i denne konteksten handler ikke bare om å starte og drive egen virksomhet, men også om å utvikle strategier for å sikre økonomisk stabilitet og profesjonell autonomi i en bransje preget av usikkerhet og lave honorarer.

Samtidig er det klare utfordringer knyttet til arbeidsvilkår og forhandlingsmakt. Frilansjournalister opererer i et marked hvor betalingsviljen ofte er lav, og der relasjonene til oppdragsgivere kan være skjøre. For å lykkes må frilansere være strategiske i valg av oppdrag, bygge et tydelig profesjonelt omdømme og kontinuerlig oppdatere sin kompetanse for å forbli relevante i en bransje i rask utvikling.

Til tross for utfordringene gir frilanslivet også muligheter for fleksibilitet, selvstendighet og faglig fordypning. Det krever disiplin, gode nettverk og evne til å tilpasse seg et skiftende medielandskap. Frilansjournalister må finne en balanse mellom økonomiske realiteter og journalistisk integritet, samtidig som de utnytter fordelene ved en mer selvstendig arbeidshverdag. I denne balansegangen ligger både utfordringen og drivkraften for de som velger å være sin egen arbeidsgiver.

## Referanser

- Alsos, K., Oppegaard, S. M. N. & Trygstad, S. C. (Red.). (2024). *Den norske arbeidslivsmodellen: Status og utfordringer i en brytningstid*. Gyldendal.
- Bjerke, P., Fonn, B. K. & Mathisen, B. R. (Red.). (2019). *Journalistikk – profesjon i endring*. Orkana Akademisk.
- Chadha, K. & Steiner, L. (Red.). (2022). *Newswork and precarity*. Routledge.
- Deuze, M. & Fortunati, L. (2011). *Atypical newswork, atypical media management*. I M. Deuze (Red.), *Managing Media Work* (s. 111–120). Sage.
- Edström, M. & Ladendorf, M. (2012). Freelance journalists as a flexible workforce in media industries. *Journalism Practice*, 6(5–6), 711–721. <https://doi.org/10.1080/17512786.2012.667275>
- Eide, T. (2024). *Frilanser i mediebransjen. En håndbok*. Cappelen Damm Akademisk.
- Flatøy, C. (2023). I am not an employee, am I then a professional? Work arrangement, professional identification and the mediating role of intra-professional network. *Journal of Professions and Organization*, 10, 137–150. <https://doi.org/10.1093/jpo/joac011>
- Gollmitzer, M. (2020). Employment conditions in journalism. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.805>
- Gollmitzer, M. (2021). Journalism ethics with Foucault: Casually employed journalists' constructions of professional integrity. *Journalism*, 24(5), 1015–1033. <https://doi.org/10.1177/14648849211036301>
- Hovden, J. F. (2008). *Profane and sacred: A study of the Norwegian journalistic field* [Doktorgradsavhandling]. Universitetet i Bergen.
- Hovland, N. P. (2018). *Entreprenørskap og innovasjonsledelse*. Cappelen Damm Akademisk.
- Knudsen, A. G. & Mathisen, B. R. (2020). Sårbarhet og avmakt? Arbeidsvilkår for norske mediefrilansere i en endringsutsatt bransje. *Søkelys på arbeidslivet*, 37(3), 150–167. <https://doi.org/10.18261/issn.1504-7989-2020-03-02>
- Lindholm, M. (2022). *Makt og journalistikk*. Universitetsforlaget.
- Marín-Sanchiz, C.-R., Carvajal, M. & González-Esteban, J.-L. (2023). Survival strategies in freelance journalism: An empowering toolkit to improve professionals' working conditions. *Journalism Practice*, 17(3), 450–473. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1929414>

- 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. (2024). Extending the professional borders or maintaining the status quo? Union membership as boundary work. *Journalism*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/14648849241265207>
- 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>
- Norbäck, M. (2022). Maintaining a freelance career: How journalists generate and evaluate freelance work. *Journalism Studies*, 23(10), 1141–1159. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2022.2073257>
- Nygren, G. (2014). *Multiskilling in the newsroom: De-skilling or re-skilling of journalistic work?* *The Journal of Media Innovations*, 1(2), 76–96. <https://doi.org/10.5617/jmi.v1i2.876>
- Ottosen, R. (2004). *I journalistikkens grenseland. Journalistrollen mellom marked og idealer*. IJ-forlaget.
- Rick, J. & Hanitzsch, T. (2024). *Journalistic work during a pandemic: Changing contexts and subjective perceptions*. *Journalism Practice*, 18(1), 99–118. <https://doi.org/10.1080/17512786.2023.2250760>
- Steens, S. & Kalsnes, B. (2020). Fra fast lokaljournalist til midlertidig digitalt hode: Utviklingen i stillingsmarkedet for journalister 1987–2017. *Norsk Medietidsskrift*, 107(1), 1–19. <https://doi.org/10.18261/ISSN.0805-9535-2020-01-02>
- Van Leuven, S., Vanhaelewyn, B. & Raeymaeckers, K. (2021). From one division of labor to the other: The relation between beat reporting, freelancing, and journalistic autonomy. *Journalism Practice*, 15(9), 1203–1221. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1910982>