

PR-goeroe Anne Gregory stelt pr én pers aan de kaak.

Het spel en de knikkers

Hoe meer public relations, hoe minder journalist, stelt de Britse professor en pr-goeroe Anne Gregory vast. Over het kanaal loopt het stilaan de spuigaten uit. De pr zet daar samen met de pers ook de democratie onder druk.

«De macht van public relations op de media is een gevaar voor onze democratie!» titelden de Vereniging voor Promotie en Communicatie (VEPEC) en het Belgisch PR Centrum (BPRC) hun debat op 21 maart uitdagend af. Prof. Anne Gregory verdedigde de stelling als hoofd van het Centre for Public Relations van de Metropolitan University uit Leeds. PR-consultant en reputatiemanager Peter Anthonissen trad op als moderator voor het levendige publieksdebat dat ze met haar stellingen uitlokte. De soep werd in het Antwerpse Fakkeltheater minder heet gegeten dan ze opgediend werd.

Zijn journalisten dinosaurussen?

De relatie tussen de public relations (pr) en de media staat zowel in België als Groot-Brittannië op gespannen voet, ondanks de haast diametraal tegenovergestelde situaties in die twee landen. In Groot-Brittannië staan het pers- en pr-corps met getrokken messen tegenover elkaar, in België liggen ze zowat met elkaar in bed, in enkele gevallen zelfs letterlijk. Eén evolutie gaat voor de twee landen op: het pr-corps groeit naarmate het mediacorps afneemt, met kwaliteitsverlies in de jour-

nalistiek als resultaat. De feiten zijn onthutsend. In Groot-Brittannië wordt 80 procent van het businessnieuws direct of indirect beïnvloed door de pr. De honger naar nieuws over sterren heeft er geleid tot een overheersing van dat genre door de pr people. «De pr-isering van de media,» noemt Anne Gregory die evolutie. Ze heeft het zelfs over «viewpapers» in plaats van over «newspapers».

«Naarmate er minder tijd overschiet voor research», stelt ze vast, «komt er meer ruimte vrij voor opinies. De pr vult de gaten en dat vinden de journalisten niet leuk. Goede journalisten haten pr omdat ze denken dat die hen belet hun vak te doen. Al te vaak zien ze de pr in de sfeer van manipulatie en 'spin doctoring'.» Andersom zijn pr-mensen niet bepaald dol op de pers. Ze zien journalisten maar al te vaak als verwerende nesten die uit zijn op uitjes, etentjes en ander gratis verteer en hun onmogelijke vragen gegarandeerd zo laat stellen dat een correcte reactie onmogelijk wordt. «De pr en de media zijn net twee vechtende kinderen,» concludeert Anne Gregory. «Ze willen op mekaar rug scoren hoewel ze van dezelfde familie zijn.»

De pr dankt haar slecht imago in Groot-Brittannië vooral aan de Tweede Golfoorlog. Een opbod tussen

Key Facts

- De verhouding tussen de media en de pr is gespannen.
- Het perscorps neemt af naarmate het pr-corps toeneemt.
- Media en pr moeten weer leren elkaar te respecteren.



Fotograaf: Alain Giebens.

Anne Gregory:
«PR kan in de 21ste eeuw het rationele, redelijke debat vertegenwoordigen zoals die al in de Griekse democratie bestond.»

pers en pr leidde daar tot de tragische zelfmoord van dr. David Kelly: de twee dreven deze cruciale bron van informatie over de vermeende massawapens in Irak uit de anonimiteit - en in de dood. Het daaropvolgende Hutton Report van de Britse regering zette de media over het algemeen en de BBC in het bijzonder onder druk. «Een driedubbele ineenstorting van de relaties tussen regering en politici en tussen media en het publiek was het resultaat,» observeert Anne Gregory. Meer dan twee jaar na de feiten doet de affaire nog steeds stof opwaaien: het imago van de spin doctors van Blair en consumenten stralen op de hèle pr af. «Mediamensen zien pr-mensen als deurwachters», vat Anne Gregory de situatie samen. «Ze beschouwen hen als de vertegenwoordigers van de rijken en machtigen die de controle over de media overnemen. Ze interpreteren de politieke pr als inhoudsloze 'spin' - en vaak is dat terecht.» Kortom, het fijne evenwicht tussen pers en pr is over het Kanaal verstoord. De dialoog is in conflict ontvaard. Toch is de kritiek van de eerste aan de tweede partij overdreven, besluit Anne Gregory. «PR kan in de 21ste eeuw het rationele, redelijke debat vertegenwoordigen zoals die al in de Griekse democratie bestond,» meent ze. «Het kan de verscheidenheid aan meningen in een vrije maatschappij weergeven. Het conflict tussen de pr en de media is dus een vals probleem. Voor alles moeten beide partijen opnieuw respect voor elkaar leren opbrengen.»

Oorlog en vrede

In Groot-Brittannië gaan er steeds meer stemmen op om het spel tussen de pr en de media te formaliseren om wederzijds respect af te dwingen. Anne Gregory is één van de voorvechters van een Joint Code of Conduct waar professionals uit de pr en de media aan moeten gehoorzamen. Openheid en transparantie is daarin een sleutelwoord voor de pr-mensen, eerlijkheid en billijkheid voor de journalisten, engagement en directheid voor beide partijen. Anne Gregory wil zelfs het publiek een stem geven in deze zelfregulering, kwestie van zowel pers als pr af te rekenen op hun werk. Maar de kruiddampen zijn nog niet helemaal opgetrokken: de Joint Code of Conduct vat de zelfregulering veelbetekenend samen in rules of engagement - een term voor de regels tussen vechtende partijen die regelrecht uit de Golfoorlog lijkt te komen.

Hoe vermijd je de slachtofferrol?



Peter Frans Anthonissen:
«Helaas is het vertrouwen in de journalisten de laatste tien tot vijftien jaar sterk afgenomen. Dat is niet zonder reden: fouten tegen cijfers, citering en zelfs de schrijfwijze van namen zijn legio.»

Zeden en gewoonten verschillen ook in de journalistiek van land tot land. In Nederland plaatsten geïnterviewden hun eigen recorder tegenover die van de journalist. In Groot-Brittannië weigert die pertinent zijn interview te laten nalezen. Overall, ook bij ons, is de verhouding tussen de journalist en de geïnterviewde gespannen. Wat mag wel of niet? We stellen pr-adviseur en reputatiemanager Peter Frans Anthonissen drie heikelvragen.

Mag je je eigen recorder tegenover die van de journalist op de tafel plaatsen?

«Bij ons is dat zeer ongebruikelijk. Wel is het gebruikelijk dat de woordvoerder erbij zit. Daar zijn drie goede redenen voor. Eerst en vooral is het een teken van beleefdheid vanwege de 'go-between' die de woordvoerder toch wel is. Op de koop toe kan die dan nota nemen van vragen waarop de geïnterviewde niet meteen een antwoord heeft en daar een oplossing voor zoeken. Tot slot is de woordvoerder ook een getuige.»

Mag je na je interview vragen dat je de weergave ervan kan nalezen?

«Je maakt natuurlijk eerst je huiswerk. Je moet weten wat je zegt en hoe je het zegt. Je mag normaal verwachten dat de journalist een professional is die jouw woorden op de juiste manier weergeeft. Helaas is het vertrouwen in de journalisten de laatste tien tot vijftien jaar sterk afgenomen. Dat is niet zonder reden: fouten tegen cijfers, citering en zelfs de schrijfwijze van namen zijn legio. Je mag dan ook vragen om de weergave van je interview na te lezen. Zelf stel ik die vraag altijd principieel voor het interview en in samenspraak met de klant. En ik ga zeker niet met de fijne kam door de tekst.»

Mag je je beklag maken bij de hoofdredacteur van de journalist?

«Bij problemen moet je altijd eerst contact opnemen met de journalist zelf. Leg je probleem uit. Veelal is een foutief artikel onvolledig en werd het onder tijdsdruk geschreven. Feitelijke fouten zijn meestal eenduidig en kunnen snel en gemakkelijk rechtgezet worden. Hardleerse journalisten zijn zeldzaam. Na meerdere malen tevergeefs aandringen mag je natuurlijk contact opnemen met zijn chef of hoofdredacteur. Als dat niets uithaalt, kan je een schriftelijke reactie sturen. In het uiterste geval kan je inderdaad overgaan tot juridische stappen.»

SB

Seger Bruninx