

Creativiteit is een vereiste

Veel journalisten zijn van mening dat bedrijfsjournalisten in hun werk te weinig journalistieke vrijheid krijgen. Ze schrijven slechts in het belang van de organisatie en kunnen geen kritiek geven op een onderwerp naar keuze. Bedrijfsjournalisten vinden zichzelf daarentegen wel degelijk journalist. In hoeverre verschillen de twee beroepen nu eigenlijk van elkaar? Heeft de bedrijfsjournalist werkelijk meer beperkingen dan de publieksjournalist en welke verantwoordelijkheden kleven er aan de beide beroepen?

door Rinke den Os

Formeel kent de journalistiek geen regels. Het is een open beroep, dat door iedereen kan worden beoefend. Om journalist te worden is het behalen van de opleiding ook geen vereiste, zoals bij een dokter of een leraar. 'Journalisten hebben het heel erg nodig om de grenzen van hun veld voortdurend vast te stellen. De meeste journalisten hebben een soort onderbuikgevoel van wat wel en niet journalistiek is, maar dat is niet op feiten gestoeld,' zo zegt journalist en communicatiewetenschapper Mark Deuze.¹ Hij vindt het dan ook onterecht dat journalisten een onderwaardering hebben voor bedrijfsjournalistiek. 'Dat bedrijfsjournalisten in een andere context werken, doet niets af aan het feit dat ze proberen op dezelfde manier hun journalistieke werk te doen als andere journalisten. Veelgehoorde kritieken: dat bedrijfsjournalisten iets móeten schrijven van hun baas, of dat ze zaken anders verwoorden. Maar dat is echt haarkloverij. Dat doen journalisten voortdurend.'

de publieksjournalist

Ruud Jacobs werkt bij het regionale dagblad "De Gelderlander". Ook hij doet enigszins lacherig als ik het met hem heb over bedrijfsjournalistiek. 'Dat is toch wel iets heel anders. Dagbladjournalisten moeten ten alle tijden kritisch zijn en ik denk dat we dat van bedrijfsjournalisten niet hoeven te verwachten. Het lijkt mij tenminste dat hun werkgever daar niet zo blij mee zal zijn.' Jacobs is bij de Gelderlander verantwoordelijk voor het verzamelen van achtergrondinformatie voor zijn schrijvende collega's. 'Mijn werk bestaat voornamelijk uit research. Als mijn collega's nog extra informatie nodig hebben voor hun artikelen, dan zorg ik dat we die in handen krijgen. Verder mag ik altijd meedenken over informatie die van pas kan komen. Als er nog mensen moeten worden geïnterviewd voor het artikel, is dit de taak van de journalist zelf. Mijn taak is juiste achtergronden te vinden en hoor en wederhoor toe te passen.' De informatie die Jacobs nodig heeft vindt hij veelal in databases op zijn pc en op het internet. Voor zijn werk hoeft hij niet op pad.

Naast zijn researchbezigheden, bestaat Jacobs' werk ook nog uit het onderhouden van de lezerscontacten. In de Gelderse de krant verzorgt hij de rubrieken "Tussen de regels" en "Postbus 36". "Tussen de regels" is alleen te vinden in de zaterdageditie van het dagblad en in "Postbus 36" vinden de lezers dagelijks de ingezonden brieven terug. Aan de opmaak van deze stukken hoeft Jacobs niets meer te doen, alle informatie wordt geplaatst in speciale computerprogramma's die precies aangeven hoeveel ruimte er beschikbaar is.

meer creativiteit

Qua werkzaamheden heeft Stagiair Johan bij “de Stad Tiel” meer verantwoordelijkheden dan Jacobs bij “de Gelderlander”. Journalisten die werken bij dit wekelijks verschijnende krantje, zijn per artikel verantwoordelijk voor de research, inhoud, de koppen en de tussenkoppen. Tevens denken zij na over fotomateriaal. Deze manier van werken komt meer in de buurt bij die van de bedrijfsjournalist. Het lijkt erop dat van bedrijfsjournalisten iets meer creativiteit wordt verlangd dan van de publieksjournalist. Veel bedrijfsjournalisten hebben voor het af te leveren werk meer verantwoordelijkheden. Hierbij kun je bijvoorbeeld denken aan de opmaak en vormgeving van artikelen en soms zelfs van het hele blad. Bij verantwoordelijkheden gaat het dus niet alleen om het feit dat er geschreven wordt in het belang van een organisatie.

kritische bedrijfsjournalistiek

Het bedrijfsbelang hoeft overigens niet geschaad te worden met de kritische houding van een journalist. Marije van den Berg heeft hierover een uitgesproken mening: ‘Als mijzelf respecterend bedrijfsjournalist ben ik kritisch. “Doorzagen en doorvragen” is mijn motto. Mijn toetsenbord is een folterwerktuig dat de échte waarheid over reorganisaties blootlegt; de waarheid van de man en vrouw op de werkvloer. Geen enkele makkelijke managementbabbel haalt mijn eindversie over nieuw beleid. Geen jaknikkers, maar doorprikkers zijn wij bedrijfsjournalisten. Kennis van zaken heb ik ook al. Opgeteld zijn mijn collega’s en ik minstens twee schaduwkabinetten en drie schaduwdirecties waard. Logisch, dat ik dat blad maak. De klant wil er trouwens grif voor betalen. Hoe stond het ook alweer in het bladconcept? Kritisch, kundig, tikje bijterig, speels. De wilde frisheid van de kritische blik van buiten. Want we zijn een open organisatie! En het bedrijfsblad weerspiegelt dat! Daar koop je kwaliteit voor in. Mij, dus.’² Van den Berg geeft overigens toe dat ze zich regelmatig in het zweet moet werken om haar artikelen geplaatst te krijgen, opnieuw blijkt creativiteit dus een vereiste.

Neeltje van Gerven werkt voor Het Inventief, een communicatiebureau voor de non-profitsector. De opdrachtgevers bepalen veelal de onderwerpen waarover wordt geschreven. In dit bedrijf is zij werkzaam op de afdeling Tekst en concept. ‘Dat geeft meteen weer wat een tekstschrijver hier doet. Enerzijds verrichten we al het werk omtrent een tekst, dus artikelen schrijven met kop, chapeau, lead, bodytekst en tussenkopjes, maar ook de eindredactie en het redigeerwerk. Onder Concept valt bijvoorbeeld het meedenken over de opmaak, zodat tekst en vormgeving goed op elkaar aansluiten.’ Per opdracht zijn de eindverantwoordelijkheden voor van Gerven anders. Opvallend is bij Het Inventief, dat alle artikelen voor plaatsing worden gelezen door de betrokken partijen. Bij de publieksjournalisten is dit meestal niet het geval.

geven en nemen

Cees Beerthuizen schrijft het blad Bijtanken, voor de pompbediendes van Shell, samen met één parttime medewerker. Behalve schrijven, heeft de bedrijfsjournalist van Shell nog veel meer taken. Zo is hij tegenover de directie is hij eindverantwoordelijk voor het gehele blad en ook het jaarlijkse budget beheert Beerthuizen zelf. Ook Beerthuizen laat voor publicatie zijn artikelen inzien door de directie en andere betrokkenen. ‘Als er iets in een artikel staat dat ze er liever niet in hebben, kan daar altijd over worden gesproken. De ene keer krijgen zij wat ze willen en de andere keer heb ik het gelijk aan mijn zijde, het is een kwestie van geven en

nemen. Dit betekent echter niet dat ik kritiekloos moet schrijven. Het is in mijn ogen een vooroordeel dat publieksjournalisten kritischer zijn, kranten en magazines hebben ook hun belangen. Freelancers hebben die veronderstelde ongebondenheid wellicht meer dan anderen, maar dan nog bepaalt de eindredactie wat er wordt afgedrukt.'

Publieksjournalistiek krijgt steeds meer grenzen terwijl de bedrijfsjournalistiek steeds meer vrijheid krijgt. 'De manier waarop journalisten naar hun vak kijken, getuigt van krampachtigheid. Journalisten zouden beter kunnen erkennen dat journalistiek en bedrijfsjournalistiek naar elkaar toe groeien. Om vervolgens een inspirerende discussie te voeren over hoe je de journalistieke kwaliteit kunt waarborgen,' aldus Mark Deuze. ³

Noten

1. 'Bedrijfsjournalisten zijn keihard journalisten', een interview met Mark Deuze door Jeroen Maters, directeur van Maters & Hermsen Journalistiek.
<http://www.bedrijfsjournalistiek.nl/iv98.html>
2. 'De wilde frisheid van de bedrijfsjournalist', een column van Marije van den Berg, eindredacteur bij Maters & Hermsen Journalistiek.
<http://www.bedrijfsjournalistiek.nl/co102.html>
3. 'Bedrijfsjournalisten zijn keihard journalisten', een interview met Mark Deuze door Jeroen Maters, directeur van Maters & Hermsen Journalistiek.
<http://www.bedrijfsjournalistiek.nl/iv98.html>