

MEDIATRaining TOTAAL

Alles wat je moet weten voor een succesvol mediaoptreden
Hoofdstukken 5 en 6



Door Evert van Wijk en Serge Beckers
Wisse Kommunikatie / MediaTraining Benelux

Inhoudsopgave

5 Voorbereiding en optreden in de media.....	3
De journalistieke overval	3
6 Optreden voor radio, televisie en online media	7
Ook redacties maken fouten	7
Soorten radio-optredens.....	8
Het statement	8
Over je uiterlijk	12
In de studio aangekomen, wat dan... ..	12
Concentreer je op de interviewer	14

5 Voorbereiding en optreden in de media

'Of we de mediarelaties wilden verzorgen', vroeg een klant aan ons in de chemiesector. Dit ter gelegenheid van de start van een mega-investeringsproject. De directie van het bedrijf had de minister van Economische Zaken gestrikt om de eerste paal te slaan. Er was wel een klein probleem. Het bedrijf was onlangs in het nieuws geweest in verband met een grove overschrijding van de lozingsnormen. Het bedrijf had gecommuniceerd dat het alle medewerking zou verlenen aan het onderzoek naar de oorzaak. Zodra dit onderzoek zou zijn afgerond zou het opnieuw naar buiten treden.

Op de dag van de feestelijkheden belde het journaal met de vraag of een kort interview met de directie mogelijk was. Dat kon, op voorwaarde dat men niet over de milieukwestie zou gaan beginnen. Er waren immers geen nieuwe feiten voor handen zolang het onderzoek niet was afgerond.

Tijdens dit voorgesprek bevestigde de dienstdoende redactiemedewerker hiermee akkoord te gaan. Die middag arriveerde er een ploeg van het journaal. Er was een relaxte sfeer. We deden een suggestie voor de opnameachtergrond die gewillig werd overgenomen. Onze klant hadden we gerust gesteld met de toezegging dat er geen vragen zouden worden gesteld over die milieukwestie.

Echter... de eerste vraag die de journalist stelde was: "Hoe is het mogelijk dat een bedrijf dat zegt zoveel oog te hebben voor het milieu zo'n milieuovertreding begaat, zoals onlangs het geval was?"

Er volgde een stilte. Onze klant keek me hulpeloos aan, alsof hij wou zeggen: dat is toch niet de afspraak ... Ook van mij maakte de paniek zich meester. Ik moest iets doen, maar wat? Misschien wel instinctmatig stapte ik in beeld en zei tegen de journalist dat er geen nieuwe lozingsincidenten waren geweest en dat we trouwens met zijn bureauredactie hadden afgesproken dit onderwerp te laten liggen, omdat er zich geen nieuwe feiten hadden voorgedaan. Oud nieuws dus.

De journalist reageerde gepikeerd. *'Jullie PR-mensen denken zeker dat jullie kunnen bepalen wat nieuws is'*, beet hij ons toe. Ik legde hem nog eens uit dat we hierover toch een duidelijke afspraak hadden gemaakt met zijn collega's van de bureauredactie. Maar nogmaals gaf de journalist aan daar geen boodschap aan te hebben.

Ik bleef op mijn strepen staan. Sterker nog: ik zei hem laconiek: 'voor mij is een afspraak een afspraak. Ofwel respecteert u die, of u pakt nu uw spulletjes want zo komt er echt geen interview.' Hij zag dat ik het meende, Hij koos eieren voor zijn geld en ging alsnog akkoord.

Ik ben nooit te weten gekomen of hij werkelijk niet op de hoogte was, of dat hij blufpoker speelde. Wat ik wel van dit voorval geleerd heb, is dat als je een voorgesprek houdt met iemand van de bureauredactie je nadien ook even checkt of die afspraken zijn overgekomen bij degene die je daadwerkelijk gaat interviewen...

De journalistieke overval

In het voorgaande voorbeeld heb je nog de gelegenheid gehad voor een fatsoenlijk voorgesprek. Het komt vandaag de dag steeds meer voor dat er onaangekondigd een journalist of vlogger met draaiende camera bij jouw organisatie aan de balie staat.

Hij overvalt je met de meest onmogelijke vragen voor je de kans hebt om na te gaan waar hij precies op uit is. Dit soort situaties kun je voor zijn door nu al te denken hoe je journalistieke overvallen het beste pareert.

Creëer een geschikte opvangruimte

Allereerst is het handig om een ruimte te hebben, liefst zo dicht mogelijk bij de uitgang van je organisatie, waar je de journalisten kunt opvangen. Stuur er niet meteen je woordvoerder op af. Houd die voorlopig achter de hand als extra buffer. Laat je balie-medewerker de eerste opvang doen. Natuurlijk informeert die persoon wel onmiddellijk de woordvoerder.

Train op ambush-situates

Probeer de journalist zo snel mogelijk naar de vergaderruimte te loodsen en bied koffie aan. Het zijn stresserende momenten daarom kan het sowieso geen kwaad om balie- en security-personeel op dit soort situaties te trainen. Ze mogen in ieder geval niet inhoudelijk op vragen in gaan. Wel mogen ze uitleggen wat de procedure is als iemand een afspraak zou willen. Ook vragen zij naar wat voor informatie de 'ongenode gast' op zoek is en bieden ze aan om een afspraak te maken.

Heb je security-medewerkers in dienst zorg dan dat ze dusdanig getraind zijn dat ze geen dingen doen waar 'treitervloggers' juist naar op zoek zijn. Zorg dat ze weten dat ze camera's niet met hun handen moeten afdekken en niet 'geen commentaar' moeten roepen.

Blijf rustig en beheerst

Mocht je echt met redeloze 'overvallers' van doen hebben, dan wordt het tijd om de perswoordvoerder in het spel te brengen. Hij wijst de 'overvallers' erop dat filmen niet is toegestaan op je bedrijf zolang daar geen toestemming voor is gegeven. Ook maak je duidelijk dat je geen toestemming geeft om hun beeldmateriaal te gebruiken. 'Waarom niet?', zal de journalist je onmiddellijk vragen, maar laat je niet verleiden door met hem in debat te gaan. Herhaal wat de procedure is en verzoek de journalist dringend doch beleefd om die procedure te respecteren. Blijft de overvaller volharden, leg dan uit dat je de politie gaat bellen en doe dat ook. Blijf verder rustig en laat de politie verder het werk doen. Blijf te allen tijde rustig en beheerst. Laat je in woord en beeld niet provoceren. Bedenk dat de 'overvaller' daar juist op uit is, omdat dit 'lekkere' beelden oplevert.

De soep hoeft niet altijd zo heet te zijn, zoals die in voorgaande situatie werd opgediend. Het kan ook zijn dat je journalistiek overvallen wordt tijdens een acute crisissituatie. Bijvoorbeeld als er in het weekend een brand op je bedrijf is en je opgeroepen wordt om direct naar je bedrijf te komen voor crissoverleg.

Als je dan door een journalist wordt overvallen zodra je uit je auto stapt, blijf dan ook altijd rustig en beleefd. Geef aan dat je begrijpt dat de journalist zijn werk moet doen, maar dat dit ook voor jou geldt, omdat je nu op het spoedoverleg wordt verwacht. Dat je begrip voor hem hebt en dat je zo spoedig mogelijk met een verklaring komt, zodra jij je hebt laten informeren over de situatie.

Geef nooit een deadline wanneer je uiterlijk met informatie voor de media komt. Ik verzeker je dat je die toch niet gaat halen en je vermijdt hiermee onnodige frustratie bij de journalist omdat jij je afspraak niet nakomt.

Mochten de beelden toch worden uitgezonden waarop jij op een nette manier zo'n journalist 'afpoeiert' dan zal de kijker alle begrip hebben dat je eerst dringender zaken te doen hebt in plaats van een reporter te woord te staan.

Meestal bestaat het eerste contact uit een voorgesprek

Gelukkig verlopen de eerste contacten met de media in de regel wat minder chaotisch. Als er geen crisissituatie is, dan is er bijna altijd ruimte voor een gedegen voorgesprek. In hoofdstuk I hebben we het al gehad over welke onderwerpen je tijdens zo'n voorgesprek aan de orde kunt stellen. Roep tijdens zo'n voorgesprek in ieder geval niet meteen 'ja', als ze je uitnodigen voor een mediaoptreden.

Vraag jezelf allereerst af of je überhaupt moet meewerken. Gaat het bijvoorbeeld over een product dat mogelijk kankerverwekkend is en jouw bedrijf is een van de honderd bedrijven die dat product produceert, dan trek je die issue wel naar je toe door hierover het woord te gaan voeren. Dat wil je natuurlijk niet. Vaak kun je de journalist dan beter doorverwijzen naar de branche- of belangenorganisatie waar jij en ook die andere honderden producenten hoogstwaarschijnlijk lid van zijn.



Andere overwegingen om al dan niet mee te doen, kunnen zijn: beheers je het onderwerp voldoende? Wijkt je persoonlijke mening niet teveel af van de officiële mening van de organisatie die je vertegenwoordigt? Als het antwoord op deze en nog veel meer vragen positief is, kun je pas 'ja' zeggen en met de voorbereiding beginnen. Je gaat dan doelgroepen en kernboodschappen bepalen, feiten en bewijsvoering verzamelen, antwoorden bedenken op mogelijke vragen, oefenen met een collega, de persvoorlichter, of een mediatrainer, enzovoort.

Houd in ieder geval in het achterhoofd dat niemand bij wet verplicht is om een journalist te woord te staan.. Maar als je afziet van medewerking bedenk dan ook dat je zo een kans laat liggen om jouw kant van het verhaal te vertellen.

Je bent altijd in bespreking, ook al ben je niet in bespreking...

Lieg nooit tegen journalisten! Tenzij het gaat om een leugentje om bestwil... Daarom ben jij altijd in bespreking als een journalist je belt. Ook als dat niet zo is.

Vraag hem wel snel over welk onderwerp hij je wil spreken, zodat je het dossier er vast bij kan zoeken. Beloof hem terug te bellen en doe dat ook. Ook als je besluit om geen medewerking te verlenen. Misschien kun je hem dan nog terwille zijn om hem tips te geven waar hij wel terecht kan. Dat is goed voor de relatie.

Laat je tijdens het voorgesprek ook niet opjagen door die hijgende radioreporter die je aan de telefoon krijgt en zenuwachtig roept dat je 'na de reclameboodschappen' rechtstreeks in de uitzending bent. Probeer erachter te komen wat de ware bedoeling is van het vraaggesprek. In Hoofdstuk I staat al een reeks vragen die je tijdens zo'n voorgesprek kunt stellen. Hieronder zie je daar nog een aanvulling op:

- Voor welk programma is het?
- Wat is het onderwerp? Of het daar ook echt over gaat, heb je voor een groot deel zelf in de hand
- Ben ik de enige die daarover wordt geïnterviewd?
- Zo nee, wie komt er dan nog meer aan het woord en hoe kondigt men die aan?
- Hoe lang duurt het gesprek?
- Gaat het rechtstreeks de lucht in of wordt het eerst gemonteerd?
- Wat ga je mij vragen?
- Zijn dat alle vragen?
- Wat is je eerste vraag?
- Wat kun jij eventueel aan toevoegen wat interessant is voor de kijkers en luisteraars?

Voor beide partijen is het goed dat je de eerste vraag weet. Het gesprek gaat dan in ieder geval vlot van start. Je zit meteen goed in de uitzending. Wanneer je de lijn van de vraagstelling bespreekt, heb je ook de kans om met de interviewer af te spreken wat je *zelf* in het vraaggesprek graag kwijt wil. Zo'n bespreking geeft zowel aan de interviewer als aan de geïnterviewde een gevoel van samenwerking. Mocht je erachter komen dat je niet op dezelfde golflengte zit, dan kun je daar beter in het voorgesprek dan in een live-uitzending achterkomen.

Nadat je bij de journalist geïnformeerd hebt naar de dingen die komen gaan en je verder geen vragen meer hebt, besluit dan pas of je al dan niet je medewerking zal geven.



Samenvatting

- Bereid je voor op ambush-interviews
- Zorg voor een opvangruimte, voor de media
- Instrueer/train de receptiemedewerkers en securitymensen in ambush-interviews en overige do's & dont's
- Blijf rustig en beheerst
- Bel gerust de politie als journalisten het te bont maken
- Als de situatie het toelaat: houd altijd een voorgesprek alvorens je toezeggingen doet.

Blogtips

- [Voorbereid op een journalistieke overval](#)
- [Het belang van een voorgesprek](#)
- [Plotseling een microfoon onder je neus](#)
- [Moet je altijd ja zeggen tegen een interview?](#)
- [Moet je altijd meewerken aan een interview?](#)

6 Optreden voor radio, televisie en online media

De radio benadert je in de meeste gevallen via de telefoon. Wanneer je het vraaggesprek via de telefoon voert, bevestig dan eerst duidelijk dat het om een voorgesprek gaat en dat het gesprek niet bestemd is voor uitzending.

De radio belt je natuurlijk niet altijd om een interview. Soms kan het zijn voor een simpel verzoek om wat achtergrondinformatie of om een korte toelichting. Ook dan is het zaak om tijdens zo'n voorgesprek niet meteen leeg te lopen.

Vraag ook of je de journalist eventueel kunt terugbellen. Steeds vaker komt het voor dat mensen zich uitgeven voor journalist, maar dat in werkelijkheid niet zijn. Zo proberen ze je waardevolle informatie te ontfutselen. Toon gerust wat assertiviteit en zeg bijvoorbeeld: 'Het komt nu even niet zo goed uit. Kan ik je zo dadelijk even terugbellen?' of 'Voordat ik antwoord geef, moet ik eerst een paar dingen weten. Maak ook nu weer meteen duidelijk dat je niet wilt hebben dat het voorgesprek wordt uitgezonden. Neem geen genoegen met wat gemompel, maar vraag nadrukkelijk om een bevestiging. Pas als je weet wat je te wachten staat, beslis dan of je meewerkt of niet.

Als je niet wilt meewerken, ga dan, zoals eerder gezegd, na of je de reden daarvoor kunt geven. Bijvoorbeeld: wij geven nooit commentaar op onderwerpen die over onze concurrenten gaan. Als je reden plausibel is, zal de journalist daar in de regel begrip voor hebben. Ga ook na of je hem een alternatief kunt bieden. Bijvoorbeeld de woordvoerder van de belangenorganisatie waar je bij aangesloten bent. Wil je per se niet dat jouw uitspraken in een programma terechtkomen, zeg dat dan van tevoren met nadruk. Natuurlijk is het een ander verhaal wanneer je in het openbaar optreedt. Alles wat je dan zegt is *fit to print or to broadcast*.

Zo herinner ik me een rel rond een directeur van een vliegmaatschappij die tijdens een congres seksistische opmerkingen had gemaakt over de nieuwe uniformen van de stewardessen van zijn firma. De media waren er als de kippen bij om zijn uitspraken breed uit te meten en uiteindelijk restte hem niks anders dan nederig zijn excuses aan te bieden.

Ook redacties maken fouten

Of het nu om een kranteninterview gaat of om gesprekken die op geluidsdragers of video worden opgenomen, na afloop moet er een selectie worden gemaakt van wat je hebt verteld. De schrijvende journalist zal opmerkelijke uitspraken eruit pikken, want hij kan niet alles opschrijven wat je gezegd hebt. Hij scheidt met andere woorden het kaf van het koren. Maar journalisten zijn ook mensen en kunnen fouten maken. Ze publiceren dan het kaf en gooien het koren weg, en dat vind jij natuurlijk niet leuk.

Als het geen live interview is, gebeurt er bij de radio en tv ongeveer hetzelfde. Daar moet het ruwe materiaal nadien worden gemonteerd. Een bijkomend probleem is hier dat je dan niet alleen te maken hebt met de interviewer. Die geeft zijn materiaal in de regel door aan de mensen van de montage die je niet kent. Door deze extra tussenschakel kan het gebeuren dat er bepaalde uitspraken totaal uit hun verband worden gerukt. Als ze het echt te bont hebben gemaakt, laat het dan niet over je kant gaan. Meestal heb je recht op wederhoor. Als je feitelijk en goed beargumenteerd uitlegt waarom je vindt dat je niet goed bent gequoteerd, zullen redacties daar in de regel begrip voor hebben.

Wanneer er veel afhangt van een interview, laat dan gerust een eigen recorder met het gesprek meelopen. Je moet je op dat moment wel realiseren dat je daar in veel gevallen wantrouwen mee

wekt. Aan jou de afweging. Mocht je het toch doen, doe het dan niet in het geniep. Ben er gewoon heel open in en leg uit dat je dat niet uit persoonlijk wantrouwen doet, maar omdat het je een geruststellend gevoel geeft. Nogmaals, het zal de sfeer niet ten goede komen, maar anderzijds zal het voor de journalist in kwestie een extra reden zijn om zorgvuldig met de feiten om te springen.

Soorten radio-optredens

Ga je live of juist liever niet? Soms heb je de keus, soms dwing je die af.

Zelf had ik eens een radiojournalist aan de lijn gehad die vroeg of ik in een live-uitzending iets wilde vertellen over het nut van mediatraining. Tijdens het voorgesprek vertelde hij mij dat hij van zijn collega's van de politieke redactie had vernomen dat ik ook de Vlaamse minister-president coachte in mediatraining en debattechniek. Ik verzocht hem toen daar niet naar te vragen, omdat ik publiekelijk nooit inga op mijn klanten. Hij drong nog even aan maar uiteindelijk gaf hij aan akkoord te zijn, al vertrouwde ik het niet. "Na het volgende liedje neem ik je direct in de uitzending", zo rondde hij het voorgesprek af.

Nadat hij mij had welkom geheten in zijn live-show, luidde zijn eerste vraag: "*U traint toch ook onze eerste minister?*" Koeltjes antwoordde ik hem dat ik het wel wonderlijk vond dat hij mij die vraag stelde. Vooral omdat ik hem zojuist in het voorgesprek toch duidelijk had uitgelegd dat ik publiekelijk nooit uitspraken doe over mensen die klant zijn of klant kunnen worden.

Wat volgde was een ongemakkelijke stilte. Ik besepte maar al te goed dat niet ik maar de journalist nu een probleem had bij de luisteraars. Om de situatie niet uit de hand te laten lopen, besloot ik hem te 'redden'. Ik legde hem uit dat mediatraining politici en andere mensen juist helpt om helder te communiceren en dat levert alleen winnaars op. Het gesprek verliep verder heel geanimeerd en ik kreeg alle ruimte. Ik voelde onderhuids dat hij zijn best deed om weer aardig gevonden te worden bij de luisteraars en dat kon hij alleen maar bereiken door aardig te zijn tegen mij.

Terug naar live of gemonteerd. Het voordeel van gemonteerd is dat je nog eens kunt vragen of ze die ene vraag of het hele gesprek over willen doen. Als je dit met goede redenen omkleedt, zullen ze je verzoek in de regel graag inwilligen. Maar het nadeel van een gemonteerd optreden is dat je vaak geen zicht hebt op de montage. Ga je live, dan kan er niets meer geknipt worden. Als je veel media-ervaring hebt en dus zeker van je zaak bent, adviseer ik om live te gaan. Vooral als je een kritisch medium of journalist tegenover je denkt te vinden. Want als een reporter van kwade wil is, kan hij zelfs een goed interview kapot monteren.

Het statement

Soms komt de radio naar je toe, soms word je uitgenodigd voor een studio-gesprek. Meestal word je eerst gebeld. Als het om een actuele gebeurtenis gaat, vragen ze je vaak een korte verklaring af te leggen naar aanleiding van een gebeurtenis, een statement.

Ook bij het afleggen van een statement, wil je zo duidelijk mogelijk overkomen. Veel mensen hebben dan de neiging om chronologisch te vertellen wat er precies gebeurd is. Doe dat niet. De nieuwslezer zal de gebeurtenissen als inleiding vertellen, wanneer hij vervolgens je statement of een gedeelte daarvan zal gebruiken om het nieuwsfeit te ondersteunen.

Voor veel mensen is dat tegennatuurlijk. We hebben op school allemaal geleerd hoe we een verhaal moeten opbouwen. Beginnend met een inleiding en dan een body en een staart. Bij een statement

doet je dat niet. Dan begin je met het belangrijkste wat je te zeggen hebt. Vervolgens onderbouw je die stelling met argumenten in volgorde van belangrijkheid om je stelling te ondersteunen. Eigenlijk doe je hetzelfde als wanneer je een persbericht zou schrijven. Ook dan begin je niet eerst met een inleiding, maar val je met je kernboodschap met de deur in huis. Vervolgens licht je die stelling toe in duidelijke hoofdzinnen. Je gaat niet in op details, maar je beperkt je tot de hoofdlijnen.

Besef dat alle oninteressante uitspraken uit het statement worden geknipt. Je kunt dus beter kort en krachtig binnen de beschikbare tijd je kernboodschap brengen. Dan laat je zo min mogelijk over aan de interpretatie van anderen.

Je statement is in de regel opgebouwd uit de kernboodschappen die je voor de bühne wilt brengen. Om die kernboodschappen te ontwikkelen, adviseer ik om jezelf eerst de vraag te stellen tot welk doelpubliek jij je vooral wilt richten. Stel vervolgens de vraag wat je bij dat doelpubliek wilt bereiken. Als je een duidelijk antwoord hebt op die twee vragen dan rollen de kernboodschappen er vaak vanzelf uit.

Voorbeeld: stel dat mensen gedwongen ontslagen moeten worden in je bedrijf en de pers komt langs voor een statement. Snel maak je het rijtje: doelgroep - effect - boodschap.

Doelgroepen: (tot wie wil ik me vooral richten?)

- eigen medewerkers die mogen blijven
- medewerkers die ontslagen gaan worden
- en misschien ook de OR en vakbond.

Effect: (Wat wil ik bij mijn doelpubliek bereiken?)

- draagvlak voor deze beslissing
- geen onnodige arbeidsonrust

Kernboodschappen: (Wat ga ik vertellen?)

De herstructurering is noodzakelijk om de toekomst van de onderneming zeker te stellen. (Soms kan je zo'n boodschap ook kwijt in een pakkende metafoor: Je moet het dak repareren als het droog is...) Vervolgens geef je de redenen waarmee je dit onderbouwt: ingezakte vraag en de economische malaise. Dan zeg je dat je je hard maakt voor een goed sociaal plan en dat je hoopt te kunnen rekenen op een constructieve opstelling van OR en vakbond in deze moeilijke tijd.

Tot slot herhaal je dat je je terdege realiseert dat dit een *zwaar offer* (het leed) is voor de mensen die het betreft, *maar de enige mogelijkheid (de noodzaak ervan) om te overleven*.

De live reportage

Je bent op verkiezingstournee of je loopt over een grote vakbeurs. Plots staat er een verslaggever voor je neus. Hij praat in zijn microfoon en je hoort dat hij je aankondigt in zijn live-programma: je bent rechtstreeks in de uitzending.

Ook in dit soort gevallen moet je je niet laten intimideren. Vraag gerust, ook als het live is, voor welk programma het is en wat hij van je wil weten. De reporter zal het niet altijd even leuk vinden, maar de luisteraar zal er begrip voor hebben dat je je niet meteen aan de krokodillen overlevert.

Live-reportages kunnen lastig zijn, maar het voordeel is wel dat er niet in geknipt kan worden. Besluit je mee te gaan in zijn vraagstelling, spreek ook dan niet te lang achter elkaar. Doe je dat toch, dan valt de reporter je beslist in de rede en kan er een ongemakkelijke situatie ontstaan.

Wat je je goed moet realiseren, is dat de reporter ook onder grote druk staat. Hij moet niet alleen de tijd in de gaten houden, maar ook krijgt hij voortdurend instructies via zijn hoofdtelefoon. Vaak hoort hij maar half wat je zegt. Pas als hij vaststelt dat er geen geluid meer uit je mond komt, stelt hij snel een nieuwe vraag of blijft hij de microfoon voor je hoofd houden, ook al heb je net je antwoord afgerond. Mensen die geen mediatraining hebben gehad, praten dan negen van de tien keer gewoon verder omdat ze bang zijn voor de stilte. Maar stiltes zijn in dit soort situaties niet jouw probleem. Als de stilte te lang aanhoudt, kun je ook zeggen: 'Had u verder nog iets te vragen?' Laat de journalist gerust ook maar eens werken...

Ook bij een live-reportage is het zaak dat je meteen de aandacht pakt met een goede binnenkomer.

Het volgende verhaal zou oud-staatssecretaris en bekend debater Marcel van Dam ooit eens zijn overkomen toen een radiopresentator hem belde en zei: '*Goedemorgen meneer Van Dam. U bent nu rechtstreeks in de uitzending*'. Heel even was het stil, maar Van Dam antwoordde ad rem: '*... Maar nu niet meer ...*' waarop hij de telefoonverbinding verbrak.

Vraaggesprek/interview

Bij een vraaggesprek gaat het er allemaal wat rustiger aan toe. Als het goed is, heb jij of je woordvoerder een voorgesprek gehad met de bureauredactie en weet je dus waar het over gaat en welke vragen je kunt verwachten. Behalve je te richten op wat je gaat zeggen, is het eveneens belangrijk dat je goed naar de vraagstelling luistert. Soms worden er vragen gesteld waarin de reporter iets suggereert wat je helemaal niet gezegd hebt. Als je daar geen afstand van neemt, denkt de luisteraar dat je het ermee eens bent. Ga dus niet op je antwoord zitten broeden terwijl de vraagsteller nog aan het woord is, want dan is het lastiger om je te distantiëren van die suggestieve vraag.

Mocht je een vraag niet begrepen hebben, zeg dat dan. Vraag ook gerust om verduidelijking. Het is ook heel normaal af en toe een denkpaauze in te lassen. Als de luisteraar ziet dat je denkt, kan dat zeker geen kwaad. Het komt de spanning in het gesprek zelfs ten goede.

Over het gebruik van de stem heb ik het al vrij uitgebreid gehad in hoofdstuk 3. Het kernwoord hier is variatie. Varieer in toonhoogte, tempo en volume. Het komt de aantrekkelijkheid van je optreden beslist ten goede.

Bedenk ook hier dat je als geïnterviewde rechtstreeks in contact staat met de ontvanger. De woorden die je tegen de interviewer zegt, zijn bestemd voor de luisteraars thuis, op het werk of in de auto. Neem daarom de doelgroep die je speciaal wilt bereiken voor ogen.

Benadruk de hoofdzaken en probeer het gesprek in de richting te buigen die je wilt. Geef aan het eind van ieder antwoord een aanknopingspunt voor een vraag waarop je kunt scoren (*bridging*).

Laat je in ieder geval door de vraagstelling van de interviewer niet als een lammetje naar de slachtbank leiden. Bedenk wat jezelf kwijt wilt. Zorg ervoor dat jij het initiatief behoudt tijdens het gesprek. Probeer aan het eind van ieder antwoord een brug te slaan naar de volgende vraag. Dat doe je door niet alleen antwoord te geven op een vraag, maar er ook een bijkomende boodschap aan te koppelen. Probeer aan het eind van het gesprek ook nog een samenvatting te geven van de punten waar het volgens jou werkelijk om gaat.

Probeer netelige zaken te vermijden door geruststellende antwoorden te geven. Laat weten dat de zaak je bijzondere aandacht heeft en probeer nooit een scherp opgevoerde zaak te bagatelliseren. Als je bijvoorbeeld wordt aangevallen over hoe erg het wel niet is dat er zoveel ontslagen vallen, ga dan eerst mee door begrip en betrokkenheid te laten zien. Sluit zoveel mogelijk aan bij de publieke opinie. Maak vervolgens de u-bocht door uit te leggen waarom de maatregel toch noodzakelijk is.

Toestand - Actie - Boodschap (TAB)

Tijdens interviews gebeurt het vaak dat de noodzakelijke aansluiting met de publieke opinie niet wordt gemaakt. Vooral onervaren bedrijfsleiders en politici maken vaak de fout niet verder te komen dan te klagen over de *toestand* van een bepaalde situatie. Bijvoorbeeld dat de loonkosten veel te hoog zijn en dat dit allemaal de schuld is van de tegenpartij. Intussen laten ze na om met eigen voorstellen of acties te komen. De kiezer haakt dan af. Want eigenlijk wil hij maar één ding weten: *wat kun je voor mij doen!* Dus: wat is je *plan*?

Dat plan moet je voor het voetlicht brengen. En daar heb je een boodschap voor nodig. Bijvoorbeeld door te zeggen: "De tekorten in de gezondheidszorg wegwerken door meer geld naar de zorg is dé manier om de wachtlijsten te laten verdwijnen! En dat willen we toch allemaal?"

Als het kan, probeer dan ook in beelden of goede oneliners te praten. Heb het bijvoorbeeld niet enkel over de gevaren van de drugscriminaliteit in de steden, maar zeg liever dat je het niet vindt kunnen dat op het speelplein van de basisschool gebruikte injectienaalden rondslingeren en dat we zoiets niet aanvaarden.

Toestand	Plan/Acties	Boodschap
Loonkosten te hoog	Minder belasting	Meer banen voor de mensen
Tekorten in gezondheidszorg	Meer middelen vrijmaken	Wachtlijsten moeten verdwijnen
Er zijn te weinig bedrijfsterreinen	Meer bedrijfsterreinen ontwikkelen	Als bedrijven ruimte krijgen, vind jij gemakkelijker een nieuwe baan

Wanneer je optreedt voor de televisie

Sinds het bestaan van zogenaamde camjo's (camerajournalisten, reporters die hun eigen camera meenemen) komt de televisie steeds vaker naar je toe. Tenzij het live is. Het kost namelijk best veel geld om een straalwagen met alles erop en eraan op pad te sturen.

Vergeet in ieder geval niet als ze naar je toe komen, om van tevoren na te denken over de plaats waar je het interview wil laten plaats hebben. In ieder geval niet op een plek die erger doet vermoeden, zoals rook die uit je schoorsteen komt, terwijl je vertelt hoe begaan je bent met het milieu. Of een plek onder het bordje 'Exit' als je als bestuurder al onder vuur ligt. Wees niet bang om met suggesties te komen.

Het kan natuurlijk ook zijn dat je uitgenodigd wordt in een televisiestudio om deel te nemen aan een debat of om als expert op te treden over een bepaald onderwerp. Ook hier bestaat het eerste contact meestal uit een telefoontje van de producer of een van zijn assistenten. Hij vraagt of je eventueel bereid bent om mee te werken en vertelt wat je zoal kan verwachten. Wees ook hier niet bang om je kritisch op te stellen. Zij willen jou tenslotte als gast en dan mag je gerust weten wat je te wachten staat alvorens je instemt. Zorg wel dat je praat met de mensen die daadwerkelijk betrokken zijn bij de inhoud van het programma. Met hen houd je immers een inhoudelijk voorgesprek.

Over je uiterlijk

Natuurlijk bereid je je - als het kan samen met je persvoorlichter - voor op het onderwerp. Maar dan ben je nog niet klaar. Je moet ook enige aandacht aan je uiterlijk besteden. Niet alleen voor jezelf, ook voor de techniek:

- Draag geen brillen met meekleurende glazen. Die worden gauw een paar tinten donkerder onder het felle licht van de studiolampen
- Kleine ruitjes in de stof van een jasje, zoals *pied-de-poule*, kunnen het beeld onrustig maken. Het beeld gaat dan trillen
- Ook helderwitte blouses of overhemden zijn niet aan te bevelen. Die kunnen 'overstralen' op het beeld. De beeldtechnici hebben dan de grootste moeite om ongewenste kleureffecten te voorkomen
- Draag bij voorkeur geen dassen met opvallende kleurenpaletten of een opvallend ontwerp. Kleuren met een rustig design komen het beste over op televisie
- Draag kleding waarin je niet snel gaat transpireren in de hitte van de vele studiolampen
- Zorg dat je sokken lang genoeg zijn, zodat de kijker niet tegen een bloot stuk been moet aankijken als je je benen kruist
- Draag ook geen armbanden die tegen de tafel aan kletteren als je je armen op tafel legt. Ook grote oorbellen leiden af
- Zorg ook dat je mobieltje uitstaat. Dus ook NIET in de stil-stand, want dan krijg je interferentie met de geluidsapparatuur
- Tot slot: maak je je over je gezicht geen zorgen. Vóór de opname ga je naar de grime, zodat je er wat minder bleekjes en glimmend uitziet.

De kledingcultuur is in de loop der jaren heel wat informeler geworden. In tegenstelling tot vroeger zijn er voor je kleding geen eenduidige richtlijnen meer te geven. Zorg in de eerste plaats dat die comfortabel zit. Ook hier speelt je persoonlijke decorum een rol.

Wat vinden FD-lezers wel en niet gepast wat betreft kantoorkleding?

Het Financieele Dagblad deed begin 2022 een onderzoekje onder haar lezers om er achter te komen wat zij qua kantooroopleiding wel of niet gepast vonden. Hieronder de resultaten:

- 28% neemt zijn of haar leidinggevende minder serieus als die casual kleding draagt.
- 59% gaat bij contact met klanten altijd formeel gekleed naar de afspraak.
- 89% verafschuwt een korte broek bij mannen op kantoor, ook als het buiten warm is.
- 73% acht voor vrouwen een rok boven de knie prima.
- 82% vindt slippers of sandalen naar het werk uit den boze.
- 55% is van mening dat vrouwen het makkelijker hebben: die kunnen uit meer soorten zakelijke kleding kiezen dan mannen.

In de studio aangekomen, wat dan...

Als het goed is, word je in de studio allerhartelijkst opgevangen. De medewerkers van het televisieprogramma weten dat het voor veel mensen een nogal stressvolle aangelegenheid is om voor de televisie op te treden. Zij zullen er alles aan doen om je het naar de zin te maken; het is hun dagelijks werk mensen te begeleiden die onwennig zijn in een studio. Zelfs als het om een controversieel onderwerp gaat en de toon van het gesprek niet al te vriendelijk zal zijn, zullen zij hun best doen je gerust te stellen.

Net als bij een operatie in een ziekenhuis, word je nu klaargemaakt voor de uitzending. Je gaat naar de grime. Ben je een man dan zijn ze zo met je klaar. Bij vrouwen duurt het meestal drie keer zo lang. De

grime is nodig om je onder al die studiolampen wat minder te laten glimmen. Na de grime ben je klaar om de studio in te gaan.

In de studio is het vaak een drukte van jewelste. Maar dat is nog niet alles. Ook achter de schermen zijn heel wat mensen actief. De belangrijkste persoon die je niet ziet is de regisseur; hij zit in de regiekamer. Voor hem bevinden zich een aantal tv-schermen. Ieder scherm vertegenwoordigt een camera die zich op de studiovloer bevindt. De regisseur ziet dus alles door het oog van de diverse camera's.

Gedurende de opname kiest de regisseur de beelden die hij in de uitzending wil hebben. Hijzelf of zijn video-editor zorgen ervoor dat de beelden die hij kiest in de uitzending komen.

Klaar voor de opname, START

Als je naar je plaats wordt gebracht, schrik niet van het felle licht en de drukte om je heen. Door de uitgebalanceerde belichting registreren tv-camera's nagenoeg ieder trekje in je gezicht. Houd daarom je oogbewegingen en oogopslag rustig, dan straal je uit dat je de situatie onder controle hebt.



Kijk niet in de camera, maar naar de journalist die je interviewt. Mocht je echt moeite hebben hem in de ogen te kijken, kijk dan tussen zijn beide ogen. Hij zal het niet merken. Kijk niet naar boven weg. Ook al ben je een gelovig mens, in de regel zul je vandaar niet veel hulp krijgen. Je kunt bovendien verblind raken door de vele lichten. Kijk ook niet steeds naar de vloer want dan denkt de kijker dat je wat te verbergen hebt.

Er zijn situaties waarbij je wel degelijk in de camera moet kijken. Je wordt bijvoorbeeld uitgenodigd om vanuit de regionale studio te reageren in een directe journaaluitzending. Doe dan alsof de camera je gesprekspartner is. Kijk niet in het rond of verveeld naar je nagels als je voor de camera zit. Concentreer je op de lens alsof die een mens van vlees en bloed is.

Tegenwoordig zie je ook steeds vaker dat studiogasten gewoon thuis aan de andere kant van de wereld achter hun laptop of pc zitten en verslag doen van een gebeurtenis. Mede door de Coronacrisis zijn deze vormen van vergaderen en mediaoptredens doodnormaal geworden. Zorg dat je, zeker bij een-op-eengesprekken, niet met het beeldscherm praat maar met de ingebouwde camera van je pc of laptop. Let er ook op dat je ooghoogte overeenkomt met het niveau van de ingebouwde camera. Doe je dat niet dan oog je op het beeldscherm al gauw 10 kilo zwaarder.

Let ook op je achtergrond. Zo zat de Vlaamse politicus Bart De Wever in zijn onderbroek achter zijn laptop en hij vergeten was dat er een spiegel achter hem hing.

Meestal heb je al kennisgemaakt met degene die je interviewt. Hij/zij is vanaf nu de enige belangrijke persoon voor je. Hoewel je meestal al een voorgesprek met de producer hebt gehad, houd je nu een voorgesprek met de interviewer over de inhoud van het interview.

Tijdens dat gesprek wen je al een beetje aan de sfeer waarin het interview zal verlopen. Je leert de interviewer een klein beetje beter kennen en je merkt dat hij ook maar een mens is. Het is ook een prima gelegenheid om aan te geven wat volgens jou echt belangrijk is. Vaak een soort generale repetitie. Het moment waarop de opnames zullen starten komt nu snel dichterbij. Plotseling geeft de opnameleider het teken dat alles klaar is en dat de opname binnen 15 seconden gaat beginnen: *'Attentie opname 15 seconden na nu, 14, 13, 12, ... **START**'*.

Concentreer je op de interviewer

- Tijdens het gesprek trek je je niets aan van camera's en microfoons. Je richt je uitsluitend op degene met wie je praat, de interviewer. Hij is degene op wie je geloofwaardig en overtuigend moet overkomen. Als dat bij hem lukt, lukt dat ook in de huiskamers
- Wees er op voorbereid dat een interviewer vaak erg dicht bij je staat (in je persoonlijke cirkel). Dat doet hij niet expres. Vaak is het noodzakelijk voor een juiste beeldkadrering
- Als je iemand bent die van nature veel met zijn lichaam praat, doe dat dan ook tijdens het interview. Door te gesticuleren, zet je je boodschap vaak extra kracht bij en gebruik je je stressenergie op een effectieve wijze
- Zit recht en zo stil mogelijk op je stoel. Ga niet steeds zitten schuiven of schommelen. Ga ook niet achterover hangen. Als je enigszins gezet bent, kom je nog vadsiger over. Je leunt beter wat naar voren. De koetsiershouding noemen ze dat. Zo toon je betrokkenheid
- Als het interview is afgelopen, spring dan niet meteen op om weg te lopen. 'Goh, die is ook blij dat het is afgelopen', zullen de kijkers dan denken
- Zorg dat je overkomt als een actieve luisteraar. Knik als je het met een opmerking van de journalist eens bent, of schud je hoofd als je het duidelijk oneens bent. Maar overdrijf niet met nee schudden. Je komt dan snel negatief over. Leg dus niet op iedere slak zout. Ben je het lichtelijk oneens blijf dan neutraal kijken
- Het komt helemaal niet goed over om instemmend te knikken terwijl de interviewer in zijn vraagstelling allerlei dingen suggereert waar je het totaal mee oneens bent. De kijker denkt dan dat je het met hem eens bent en dat kan wel eens dodelijk zijn
- Spreek levendig maar wees zelf rustig en bedachtzaam. Neem de tijd om te denken voor je antwoord geeft. Je praat met een mens. Een mens dat je moet overtuigen. De opnameleider geeft een teken wanneer de interviewer moet afronden. Zorg dat je een goede 'uitsmijter' bij de hand hebt.

Als het interview voorbij is, ben je nooit tevreden. *'Waarom heb je dat niet gezegd toen hij je die vraag stelde?'*, hoor je mensen vaak zeggen. Maar bedenk dat je ook na een tweede keer niet tevreden zult zijn. Alles had altijd beter gekund. Of het ook echt goed is geweest? De ervaring leert dat je alleen van heel goede vrienden zult horen hoe je werkelijk bent overgekomen.



Samenvatting

- Ga je live of liever niet? Bij live kan het interview niet naar de vaantjes worden geknipt
- Begin met het belangrijkste, geen inleidingen, val met de deur in huis
- Blijf niet in de toestand hangen, leg uit welke acties/plannen je hebt en wat dit voor je doelgroep betekent
- De kledingcultuur is de laatste jaren veel veranderd. Trek vooral iets aan wat lekker zit en niet teveel afleidt
- Je praat met de journalist, niet met de camera. Tenzij je camera statements geeft of als je via een remote tv-studio meestal live in de uitzending zit
- online interviews worden steeds meer gemeengoed. Ook hier praat je met de camera en let je op de achtergrond

Blogtips

- [Effect = kwaliteit x acceptatie](#)
- [Wel of niet in de camera kijken?](#)



MediaTraining
benelux

WISSE KOMMUNIKATIE / MEDIATRaining BENELUX

Eusebiusbuitensingel 3
6828 HS Arnhem
026-4431523

www.wisse-worldcom.nl
<https://mediatrainingbenelux.nl/>

Info: serge.beckers@wisse-worldcom.nl