

---

## Boerka Bedrog!



De communicatieprofessional is bekend met de fileertechniek van de media. Er wordt een interview gedraaid voor de televisie met bijvoorbeeld uw CEO. U hebt met de CEO de vraag en antwoord (Q&A) sessie georganiseerd en toch ziet het resultaat er heel anders uit. Hoe kan dit nu? Eerst een praktijk voorbeeld, waar binnenkort Kamervragen over worden gesteld.

101tv, het themakanaal van BNN, verdraaide de werkelijkheid in een filmpje over de behulpzaamheid van Amsterdammers. [Bekijk hier de volledige opname die een cameraman van AT5 maakte op de Nieuwendijk](#). 101TV, heeft in een onlangs gepubliceerd filmpje een verslaggever in boerka de straat op gestuurd om te testen hoe Amsterdammers op haar reageren. De beelden die het jongerenkanaal liet zien, komen echter niet overeen met de werkelijkheid, blijkt uit opnamen van AT5. De vrouw laat op de Nieuwendijk een zak sinaasappels vallen. In normale, Nederlandse kledij wordt ze door veel mensen geholpen. Maar als de boerka aangaat, lijkt iedereen haar

voorbij te lopen. Uit beelden van AT5 blijkt echter dat een opnameleider voorbijgangers **sommeert om door te lopen** "in verband met de opnamen."

In opnamen van televisieproducenten wordt met grote regelmaat zodanig gefileerd, dat uw boodschap toch anders overkomt. Het is een vervelende realiteit. Anderen zouden het betitelen als gemeen, schandig of zelfs als censuur. De professe van de TV producent en redactie wordt door dit soort praktijken geërodeerd. Maar de kijker weet niet wanneer de beelden wel of niet zijn gemanipuleerd.

Wat kunt u als CEO of PR professional doen om dit te voorkomen:

- Een goede voorbereiding, de Q&A, maar ook rekening houden met beeld fileren. Dat is wat lastiger want de beeldkunstenaar kan zeker bij een lang interview veel knippen en plakken. Als u steeds andere pose aanneemt, bijvoorbeeld voor een ander schilderij gaat staan tijdens het interview, wordt het lastiger om te fileren. Ook kunt u dit bereiken met mimiek (sporadisch hand door het haar, onder de kin, colbert uit e.d.)
- Teken een mediaovereenkomst opgesteld door **uw jurist**. Hierin staat dat vooraf de onderneming de reportage te zien krijgt en bepaald of het wordt uitgezonden of niet. Niet veel media zullen dit ondertekenen, maar dan kunt u ervoor kiezen om dan maar niet in de publiciteit te komen. Bij crisis of bij noodzakelijke publiciteit is er ook een belang voor uw onderneming. Dus onderhandelen over deze mediaovereenkomst. Die media overeenkomst van de producent standaard afwijzen, is het algemene devies.
- Laar een camera meedraaien van een door u ingehuurde videospecialist en zet het interview integraal op uw website, het 'echte en complete' verhaal. Maak ook een tekstversie van het hele interview op uw website beschikbaar. Dit is dan later ook goed inzetbaar als antwoord op andere journalisten vragen na een gemanipuleerd interview.
- hoe een interview NIET moet, kijkt u maar eens op; ['Greenpeace Directeur; oorlog met Netwerk TV'](#).

Door Christian ter Maat MCC, MMC, CMC; Directeur [Carevolution](#); organisatie-, management- en communicatieadvies. Succes thema's bij opdrachtgevers van Carevolution: het terugdringen van bureaucratie ([cutting the red tape](#)), strategisch corporate communicatieadvies in verandertrajecten.... [Ter Maat](#) publiceert ook op [Gek op Klanten](#) en op [Reply to All](#).

© Copyright 2008 Carevolution