



## Tips voor omgang met de media

**Wat doe je als er een plotseling een journalist belt? Voor jou als dermatoloog hét moment om snel te anticiperen en de juiste afwegingen te maken. Ga je op het interviewverzoek in? Wat zeg je wel en niet? En wat levert het op? Wees hierbij realistisch: het belang van de journalist hoeft niet per se te stroken jouw belang of het belang van de dermatologie. De journalist is op zoek naar nieuws dat verkoopbaar is, selecteert en kleurt in. En jij? Jij geeft het liefst een zo volledig mogelijk beeld van je expertise. Omgaan met de media, hoe doe je dat? In dit document vind je naast een checklist een aantal handige tips. De belangrijkste: zorg dat je je goed voorbereid.**

De media spelen meer dan ooit een rol in de beeldvorming rond actuele issues en vraagstukken. Wie onvoorbereid met journalisten praat of voor de camera stapt, kan makkelijk zichzelf of zijn/haar organisatie in diskrediet brengen en reputatieschade oplopen. Lees daarom naast dit document ook de vuistregels voor contact met de media die de NVDV heeft opgesteld.

Prettig samenwerken met journalisten vraagt naast een gedegen voorbereiding ook om goede afstemming. Ideaalscenario is dat de uiteindelijke publicatie of uitzending voor alle betrokkenen hout snijdt. Een doordacht en eenduidig verhaal van jouw kant draagt hieraan bij. Maar niet alleen jij plukt de vruchten van een geslaagd mediaoptreden: deze 'free publicity' kan bij het publiek positieve associaties oproepen met alle dermatologen in Nederland. Je zet het vak op de kaart.

Het is dus belangrijk de juiste toon aan te slaan als in de toekomst een keer de telefoon gaat. Deze handleiding helpt je een eind op weg.

## HANDIGE CHECKLIST

### 1. De telefoon gaat

- Anticipeer op belangstelling van de journalist aan de hand van de 5 W's: wie, wat, waar, wanneer en waarom?
- Achterhaal zoveel mogelijk informatie over het medium, publiek en tijdstip van publiceren/uitzenden
- Bezint eer ge begint: wordt nog niet inhoudelijk tijdens dit 'voorgesprek', maar stel vooral vragen, zodat je een goede afweging kunt maken:
  - Wat levert dit interview mij/ de dermatologie op?
  - Beschik ik over de juiste expertise of is er een collega, die beter thuis is in dit onderwerp?
  - Zitten er adertjes onder het gras, is de aanleiding positief of negatief?

### 2. Beslis: doe je mee?

- Bedenk of deelnemen jou en de beroepsgroep goed doet (wat is het effect? Is er ook een afbreukrisico?)
- Bepaal de spelregels (o.a. de mogelijkheid het interview voor publicatie nog in te zien)
- Zoek een geschikt moment voor het gesprek. Verzeker jezelf van voldoende voorbereidingstijd: journalisten hebben altijd haast, maar claim wel tijd om je goed op het gesprek voor te bereiden, zonder de druk van een volle wachtkamer
- Meewerken aan een interview is geen plicht, maar een gunst

### 3. Voorbereiding

- Overleg met collega's en/of (communicatie)deskundigen in je omgeving
- Denk in scenario's: welke (lastige) vragen zou de journalist mogelijk kunnen stellen? Welke informatie pikt hij waarschijnlijk op uit mijn verhaal?
- Formuleer een kernboodschap en schrijf deze uit (maximaal 5 zinnen)
- Vermijd zoveel mogelijk jargon: niet iedereen heeft medicijnen gestudeerd...
- Denk van buiten naar binnen: wat wil je doelgroep horen? Wat is belangrijk voor (mijn) patiënten, de zorgverzekeraars of huisartsen?
- Bepaal wat je wel je zelf wel en niet wilt zeggen
- Bedenk aansprekende voorbeelden en vergelijkingen: journalisten zijn gek op cijfers en onderzoeken

### 4. Het interview

- Blijf zo dicht mogelijk bij jezelf, speel geen rol
- Gebruik de kernboodschap om je verhaal duidelijk te maken
- Zorg voor een heldere opbouw en een rode draad in je verhaal
- Houd de doelgroep voor ogen
- Laat je niet verleiden tot meer vertellen dan nodig is
- Beantwoord geen vragen die je niet weet of snapt (geef aan dat je het niet weet, de cijfers niet paraat hebt en kom er later als je het hebt uitgezocht op terug)

Nederlandse Vereniging voor Dermatologie en Venereologie

## Wat te doen bij media-verzoeken

4 TIPS VOOR EEN GOED MEDIA-OPTREDEN

**1) de 5 W's als je een verzoek krijgt**

- + Focus op wie, wat, waar, wanneer en waarom!
- + Word nog niet inhoudelijk maar stel vragen:
  - Wat levert dit interview mij/ dermatologie op?
  - Beschik ik over de juiste expertise of is er een collega, die beter thuis is in dit onderwerp?
  - Zitten er adertjes onder het gras, is de aanleiding positief of negatief?

**2) bezint eer ge begint**

- + Duid het jou en de beroepsgroep goed!
- Wat is het effect? Is er ook een afbreukrisico?
- + Bepaal de spelregels.
- + Zoek een geschikt moment voor het gesprek.
- + Verzeker jezelf van voldoende voorbereidingstijd!
- + Meewerken is geen plicht, maar een gunst!

**3) bereid jezelf voor**

- + Overleg met collega's en/of (communicatie)deskundigen.
- + Denk in scenario's: welke (lastige) vragen zou de journalist mogelijk kunnen stellen? Welke informatie pikt hij waarschijnlijk op uit mijn verhaal?
- + Formuleer een kernboodschap en schrijf deze uit (maximaal 5 zinnen).
- + Vermijd jargon.
- + Denk van buiten naar binnen: wat wil je doelgroep horen?
- + Bepaal wat je wel je zelf wel en niet wilt zeggen.
- + Bedenk aansprekende voorbeelden en vergelijkingen.

**4) het interview**

- + Blijf zo dicht mogelijk bij jezelf.
- + Gebruik de kernboodschap om je verhaal duidelijk te maken.
- + Houd de doelgroep voor ogen.
- + Laat je niet verleiden.
- + Beantwoord geen vragen die je niet weet of snapt.
- + Spreek vanuit de organisatie/ de beroepsgroep (niet 'ik', maar 'wij').
- + Stay calm!

**Do's & don'ts**

**Do's:** Gebruik de kernboodschap om je verhaal duidelijk te maken. Houd de doelgroep voor ogen. Laat je niet verleiden tot meer vertellen dan nodig is. Beantwoord geen vragen die je niet weet of snapt.

**Don'ts:** Gebruik geen jargon. Denk van buiten naar binnen. Bedenk aansprekende voorbeelden en vergelijkingen. Spreek vanuit de organisatie/ de beroepsgroep.

NVDV

PIKTOCHART

- Spreek vanuit de organisatie/de beroepsgroep (niet 'ik', maar 'wij')
- Wees jezelf en blijf rustig

## DE DO'S EN DONT'S

### Do's

- Zorg voor een grondige voorbereiding
- Focus je op 1 tot maximaal 2 boodschappen
- Vertel de waarheid, lieg nooit!
- Wees positief, niet defensief - laat staan negatief



Jij bepaalt zelf wat je wilt zeggen.

Jij bepaalt zelf wanneer je dat wilt zeggen.

Jij bepaalt tegen wie je het zegt.

Jij hebt wat te zeggen

Wie niets te zeggen heeft, houdt zijn/haar mond.

- Maak van tevoren heldere afspraken
- Houd de doelgroep voor ogen
- Corrigeer feitelijke onjuistheden
- Vrees niet menselijk te spreken over menselijke onderwerpen (de zorg is mensenwerk)

#### Dont's

- Gebruik zo weinig mogelijk jargon of abstracte taal
- Wees eerlijk, beantwoord geen vragen die u niet begrijpt
- Wees voorzichtig met grappen
- 'Off-the-record' bestaat niet: alles wat je zegt kan door de journalist worden gebruikt
- Zeg nooit 'geen commentaar': dit wordt gezien als een zwaktebod
- Ga niet speculeren (als/dan)
- Laat je geen woorden in de mond leggen
- Laat je niet verleiden om meer te zeggen dan je wilt

#### DRIE BELANGRIJKE TIPS TOT SLOT:

##### Tip 1: Veel oefenen!

Het ligt voor de hand: oefenen baart kunst. Doen doen doen,

is het devies. Hoe meer je oefent, hoe meer ervaring en (zelf)vertrouwen je krijgt. Als het enigszins lukt, oefen dan ook eens in een studio met echte praktijksituaties.

##### Tip 2: Weet wie u bent!

Niemand zit te wachten op een stukje toneel of een uit het hoofd geleerd verhaal. De journalist komt bij jou als expert of voor een duiding van het nieuws. Maak gebruik van je eigen kwaliteiten en kennis en benut je sterke kanten! Voor een journalist is de ideale persoon om te interviewen toegankelijk, het citeren waard, en deskundig. Zorg er daarom voor dat het voor iedereen duidelijk is dat je een expert op je vakgebied bent.

##### Tip 3: Houd de regie in handen!

Journalisten zijn net mensen. Ook in de omgang met de media gelden de normale omgangsregels. Geef dus op een vriendelijke en duidelijke manier aan wat je wensen zijn en waar je wel en waar je niet aan wilt meewerken. Dit geldt voor het interview maar bijvoorbeeld ook voor de locatie van het gesprek of opnames. Denk daarbij ook aan het belang en de privacy van patiënten, die eventueel in beeld komen.